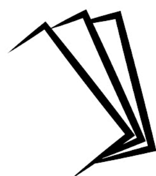
PIONERAS EN LOS ESTUDIOS LATINOAMERICANOS DE COMUNICACIÓN



Yamila Heram
Santiago Gándara



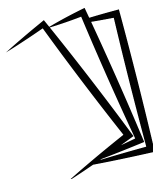
teseopress.com

PIONERAS EN LOS ESTUDIOS LATINOAMERICANOS DE COMUNICACIÓN

teseopress.com

PIONERAS EN LOS ESTUDIOS LATINOAMERICANOS DE COMUNICACIÓN

Yamila Heram
Santiago Gándara



teseopress.com

Heram, Yamila
Pioneras en los estudios latinoamericanos de comunicación / Yamila Heram; Santiago Gándara. – 1a ed. – Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Yamila Heram, 2021.
Libro digital, EPUB
Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-88-1041-6
1. Ciencias de la Comunicación. 2. Comunicación. I. Gándara, Santiago. II. Título.
CDD 302.2308

ISBN: 9789878810416

Imagen de tapa: The Blowup en Unsplash

TeseoPress Design (www.teseopress.com)

Índice

Prólogo

DELIA CROVI DRUETTA

Por su contenido y estructura, el libro *Pioneras en los estudios latinoamericanos de comunicación* se sitúa lejos del formato clásico que reconocemos como una compilación de textos. Yamila Heram y Santiago Gándara, autores de la obra, se distancian de una ordenada sucesión de artículos, para desmenuzar el devenir del trabajo realizado por diez mujeres precursoras del pensamiento comunicacional en América Latina. Los conectan con el tiempo en el que fueron escritos, pero además identifican en ellos las semillas de un futuro que nutrieron. Mediante un trabajo de interpretación, cuidadoso y sólido, ofrecen aportes que enriquecen la selección original, desplegando un escenario de enorme interés para un lector actual.

Pertenezco al grupo de mujeres latinoamericanas nacidas entre 1927 y 1949, dedicadas al campo de conocimiento de la comunicación y con publicaciones en las décadas de los 60 y 70 del siglo pasado, universo con el que trabaja esta obra. Tal condición me permitió leer el libro e interpretarlo desde una doble perspectiva: las autoras seleccionadas y su inserción temprana en la investigación de la comunicación, así como mis propias vivencias que se fueron revelando con la lectura. A partir de esta doble mirada busqué establecer un diálogo entre hechos históricos, el devenir de corrientes teóricas o modelos investigativos y lo subjetivo de mi ejercicio académico.

Sabemos y reconocemos la falta de visibilidad del trabajo académico femenino de las décadas de los 60 y 70, así como de períodos anteriores. Sabemos también que fue palpable en cualquier campo de conocimiento[1]. Sin embargo, a veces se escapa

1 Recordemos, por ejemplo, el trabajo de la fotoperiodista alemana Gerda Taro, quien junto con su esposo Endre Friedman se cobijaron (por idea de ella) bajo el

un segundo orden de exclusión presente en esos años: el desinterés ante los procesos de producción y difusión de las ideas surgidas en los países periféricos. Por ello es mayor el mérito de estas mujeres que, superando esas barreras, lograron expresar y divulgar sus pensamientos.

La marcha de la investigación latinoamericana de la comunicación atravesó crisis, hegemonías temáticas, cambios de modelos políticos-económicos e institucionales. También presenció la emergencia de notables innovaciones tecnológicas, confluyendo a finales del siglo pasado en nuevas formas de gestión del saber, hoy pautadas por normas completamente diferentes a las de hace más de 50 años. No obstante, son escasos los registros de este camino, y menos aún los que exploran en el presente y futuro de cada escrito como lo hacen Heram y Gándara.

Desde este contexto, potenciado tal vez por mis vivencias personales, me referiré a escenarios que considero ineludibles: el periodismo como antesala, hechos notables en la evolución de la investigación en comunicación, así como el paso de la preponderancia del periodismo a la centralidad de la comunicación. Todos factores que llevaron a construir un campo que, con sus debilidades y fortalezas, se mueve ahora en un terreno más consistente.

El periodismo como antesala y despegue

En el entorno fundacional del campo de la comunicación se identifican algunas de las tendencias que lo delimitaron, una de ellas es el lugar central que ocupó el periodismo. Esta área se enfocó en la formación y desarrollo profesional, estando poco

seudónimo Robert Capa, para publicar sus fotos de la guerra civil española. Tras Robert Capa, hoy considerado el mejor fotógrafo de guerra del siglo XX, estuvo la perspectiva femenina de Gerda, invisibilizada en esos tiempos y reconocido apenas hace unos pocos lustros.

orientada hacia la investigación y registro de sí misma, lo que no le quita relevancia histórica.

Corresponde a esos años iniciales la creación de las más antiguas escuelas de la región, algunas fueron paradigmáticas y aún funcionan reconvertidas hacia la comunicación, otras en cambio fueron efímeras. A manera de ejemplo mencionaré unas pocas: en Argentina la Escuela Superior de Periodismo de la Universidad de la Plata, creada en la década de 1930 y reconocida como la más antigua y persistente de América Latina. Está también la Escuela del Círculo de Periodistas deportivos de la Ciudad de Buenos Aires, nacida en 1960, activa hasta el presente aunque con otros fines y en otra escala de valoración[2]. En México destacan la Escuela de Periodismo Carlos Septien fundada en 1950 en la Ciudad de México, hasta hoy con gran prestigio como formadora de periodistas. En la Universidad Nacional Autónoma de México la carrera de Periodismo surge en 1951, pasando por dos actualizaciones: en los 60 Periodismo y Comunicación Colectiva y a mediados de los 70 se convierte en la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, hasta ahora una de las más importantes del país. Cerrando las referencias a México, es de señalarse la licenciatura Ciencias y Técnicas de la Información, hoy Comunicación, ofrecida desde 1966 por la Universidad Iberoamericana, gestionada por jesuitas. También en los años 60 nace la carrera de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, centro impulsor de la investigación y de publicaciones sobre el campo. De esta carrera y universidad egresó en 1971 una pionera de la investigación en comunicación venezolana: Elizabeth Safar Ganahl.

Hubo otros programas de corta duración de los que no existen registros precisos, algunos en manos de congregaciones religiosas católicas (jesuitas, lasallistas, dominicos,

---

2 Hubo también otra experiencia de enseñanza del periodismo, desarrollada en San Juan y anterior a la de la Universidad de La Plata. Sin embargo, no hay registros precisos que corroboren las referencias orales.

Opus Dei, etcétera), o de otras religiones. Países de la región con gran relevancia actual en el campo de la comunicación, comenzaron su oferta educativa más tarde: mediados de los 70 o inicios de los 80.

Esta tendencia formativa recibió un gran impulso a fines de la década de los 50 al crearse, en octubre de 1959, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina, hoy Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador. Un año antes, durante la X Conferencia General de UNESCO realizada en París, se había aprobado su fundación, la cual se concretó mediante un convenio tripartito suscrito por la propia UNESCO, el Gobierno de Ecuador y la Universidad Central de ese país.

CIESPAL nace con el objetivo de formar periodistas, para lo cual ofrecía a toda América Latina cursos o seminarios de actualización para docentes, en los que participaron investigadores notables de la información y comunicación regional. Cabe señalar que registros fotográficos de esas actividades, hasta hace poco tiempo mostrados en el sitio *web* de ese Centro, confirman que fue escasa o nula la asistencia femenina a esos encuentros académicos. Con seguridad en la selección de participantes se descartó la actualización del sector femenino para el ejercicio de una profesión, en esa época desarrollada prioritariamente por hombres.

Pero esa mirada excluyente desde el género, descartó a la docencia, ámbito en el que las mujeres ocupaban un lugar destacado acercándose a algunos de los mitos sugeridos por Regina Gibaja: mujer protectora y madre. Una comunicación de proximidad, como la denominó muchos años después Miquel de Moragas, a partir de la cual el sector femenino establecería lazos interpersonales fuertes y desplegaría sus habilidades en la producción de material sonoro, impreso y audiovisual de apoyo a la enseñanza. Esta exclusión no impidió luego el desarrollo de una fuerte línea de investigación en comunicación educativa.

Cuando hablamos de CIESPAL debemos tener claro que fue más allá de ser solo un centro de actualización: se constituyó en una suerte de matriz para los programas de estudio del periodismo que se repetirían, con variantes locales, a lo largo de toda América Latina. La eclosión de su modelo educativo se materializó en los años 60, cumpliendo un papel abarcador: formación profesional; distribución de bibliografía actualizada y difusión de innovaciones. La bibliografía ofrecida por CIESPAL, que conocí como estudiante, provenía de Estados Unidos y respondía a narrativas propias de las corrientes funcionalistas vigentes en ese país. La difusión de innovaciones de corte netamente funcionalista, se filtró a la actualización de profesores y periodistas en ejercicio que debían ocupar el lugar intermedio en el modelo de comunicación en dos etapas. En cuanto a la investigación, circuló entonces un trabajo cuantitativo amplio sobre la prensa, centrada en la de Estados Unidos con algunas referencias a la latinoamericana. Sin embargo, la misión de los primeros años de CIESPAL no estuvo enfocada a la investigación. Hubo si algunos registros puntuales del funcionamiento de la comunicación en dos etapas aplicada a ámbitos específicos.

De algún modo, CIESPAL buscó conjurar todo pensamiento que estuviera más allá del funcionalismo y la difusión de innovaciones que se aplicó a áreas tan diversas como salud y reproducción, las tecnologías de entonces y nuevas estrategias productivas en el sector agropecuario. Estas experiencias inspirarían después, importantes registros desde la comunicación.

De mi experiencia personal rescato una colección bibliográfica que circuló en los 60, difícil de conseguir antes y ahora, pero disponible en bibliotecas o en manos de profesores que habían participado en los cursos de CIESPAL. La mayoría de esos libros respondían a encuadres teóricos acríticos, funcionalistas, que explicaban y definían al periodismo, la propaganda y en menor medida otros temas según ese enfoque. Así, desde su sede en Ecuador, CIESPAL

decantó docencia, marco conceptual y ejercicio profesional con perspectivas tomadas del modelo estadounidense de enseñanza del periodismo.

Es de destacar que en los países del sur hubo una mayor influencia de las corrientes de pensamiento europeas, algo que responde a la presencia de otras colonizaciones y puede verse en algunos de los artículos aquí incluidos. También existen ensayos dispersos sobre temas que respondían más a la observación de la realidad que a seguir un método científico de investigación.

Mi formación, inspirada en otras matrices, corresponde a esa época. A finales de la década de los 60 en la ciudad de Rosario, Argentina, cursé mis estudios de licenciatura en Periodismo y Ciencias de la Información, una carrera multifacética donde el arte y la historia ocupaban un lugar destacado. Por entonces eran materias valoradas debido a la reciente emergencia de la televisión, que llevaba a reflexionar sobre lo visual y lo audiovisual, algo que había iniciado décadas atrás con el cine que tomó luego una sólida ruta independiente.

El modelo de la licenciatura que cursé a fines de los 60, como muchos otros, se centraba en el periodismo. Estuvo inspirado en el programa seguido en la Universidad de Navarra, España y fue operado a nivel local por la Facultad de Humanidades de la Pontificia Universidad Católica Argentina. A pesar de su estirpe, las materias de corte religioso fueron escasas y su duración también: como producto del movimiento estudiantil conocido como *Rosariazo*[3] en el que participaron alumnos de esa escuela y carrera, rápidamente Periodismo y ciencias de la información emigró con fortuna hacia la Universidad Nacional de Rosario, donde aún pervive.

---

3 Una serie de protestas, huelgas y movilizaciones realizadas en la ciudad de Rosario, Argentina, en 1969, entonces bajo la dictadura de Juan Carlos Onganía.

Producto de trabajos impulsados por los profesores de esa carrera, Ediciones Colmegna de Santa Fe, publicó una pequeña colección de obras escritas por estudiantes, la mayoría mujeres: Orígenes de la prensa en Rosario (1967); Temas de ética periodística (1968) y Lengua y redacción periodística (1968). Estas obras, de cuyo testimonio tal vez solo queden los ejemplares de mi biblioteca personal y en la de algunas otras autoras, sorprenden no sólo por ser pioneros, sino por la vigencia de los temas. A pesar de su evolución, el periodismo sigue elucubrando sobre algunos de sus problemas cardinales: la verdad, las fuentes informativas y el secreto profesional, la propaganda ligada a intereses específicos y su propia historia. Aunque puede haberlos, desconozco si hubo producciones editoriales similares.

Junto con esta centralidad del periodismo, el incipiente tratamiento de la comunicación de los años 60 y sobre todo 70, se acoplaba a una división que hoy podemos percibir como acartonada y paralizante: marxismo, funcionalismo y estructuralismo[4]. Tal división, frecuentemente planteada como compartimentos estancos incapaces de dialogar y filtrar perspectivas entre sí, tuvo la virtud de marcar la oposición entre dos puntos de vista sobre la comunicación, al tiempo que aportó recursos para dilucidar la dinámica interior de los mensajes mediáticos que según algunas interpretaciones, se inyectaban sobre una audiencia pasiva. Esos compartimentos fueron también espejo de la lucha política de entonces, sostenida entre los defensores de una información deslocalizada y producida por las grandes agencias noticiosas; y quienes alimentaban un movimiento desde el Tercer Mundo que pugnaba por un nuevo orden

4 A comienzos de los 80, la Dra. Florence Toussaint Alcaraz, formada en periodismo por la UNAM, publicaría en Editorial Trillas de México la obra Crítica de la información de masas, donde aborda, explica y sitúa esa división entre marxismo, funcionalismo y estructuralismo. Este libro, que lleva ya un buen número de reediciones, se ha convertido en una fuente de consulta obligada para conocer esa propuesta desde un punto de vista crítico.

informativo internacional en el que se expresara una pluralidad de voces.

La comunicación se incorpora al debate público

Dos acontecimientos de carácter internacional trazarían algunos de los destinos de la investigación que, desde el periodismo, se abría paso a un universo más amplio: el de la comunicación. En el mes de julio de 1976, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, lleva a cabo en la ciudad de San José, Costa Rica, la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina y el Caribe. Este tema había prendido en nuestra región, debido a que por entonces se veía surgir un sector mediático, concentrado e inequitativo, preludio de lo que hoy conocemos.

Vinculado a la conferencia de Costa Rica, a finales de los años 70 se produjo otro acontecimiento que vendría a modificar, aunque no en la dimensión esperada, el campo de la comunicación: el Informe MacBride. El mayor logro de estas deliberaciones fue colocar en la agenda pública de manera persistente, el tema de la comunicación abriendo una discusión de orden internacional.

Los trabajos de la Comisión MacBride, cobijados por la UNESCO e iniciados en 1977, duraron dos años y sus deliberaciones se hicieron eco de los reclamos del movimiento de los países no alineados que buscaban revertir la sumisión ideológica y cultural que padecían. Coordinados por la Premio Nobel de la Paz 1974, Sean MacBride, en la Comisión estuvieron representadas 16 naciones cuyas perspectivas se plasmaron, finalmente, en el conocido libro *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e Información en nuestro tiempo* (1980).

En uno de los comentarios generales incluidos en este libro, Juan Somavia, chileno y Gabriel García Márquez, colombiano, los dos delegados que nos representaron en las deliberaciones, señalan la necesidad de fomentar la investigación profesional de la comunicación en América Latina. En el mismo texto advierten que la comunicación debía ser considerada un proceso social y ocupar un lugar central en el debate público. En tales precisiones subyace un señalamiento a la ausencia de estudios serios sobre el campo, así como una velada advertencia sobre la creciente comercialización del sector mediático.

Aunque la Conferencia Intergubernamental de Costa Rica y el MacBride marcaron un hito para la comunicación al posicionar el tema en la agenda pública, se desarrollaron en tiempos de gran inestabilidad política para América Latina. En los 60 se produjeron 12 golpes de Estado y en los años 70 fueron 10[5]. Al final, las propuestas del MacBride se cruzaron también con un nuevo modelo político-económico: la globalización neoliberal, que priorizó la privatización de diversos sectores productivos y de servicios entre los cuales estuvieron numerosos sistemas de medios públicos. Hacer del mundo un espacio de expresiones equitativas y plurales, fue un meta que claudicó ante la tendencia a crear y fortalecer grandes conglomerados mediáticos, inicio de un sector ahora potente al que se ha sumado la digitalización.

Los trabajos de Margarita Graziano y Fátima Fernández, emergerían de esas circunstancias, a las que se sumaron la observación de hechos locales. Es importante señalar la frustración provocada por ambas propuestas impulsadas por UNESCO que lejos de llevar hacia una democratización

---

5 Durante la década los 60 América Latina pasó por 12 golpes de Estado (El Salvador 1960, 1961; Argentina 1962 y 1966; Perú 1962, 1962 y 1968; Ecuador, Honduras y República Dominica 1963; Brasil 1964; y Panamá 1968). En la siguiente década los golpes fueron 10: Bolivia 1970 y 1980; El Salvador 1972 y 1979; Ecuador 1972 y 1975; Uruguay y Chile 1973; Perú 1975; Argentina 1976 (Crovi, D. y Trejo, R. 2018: 14).

de los medios, convivieron con el asombro de observar el crecimiento de un sólido sector mediático privado con grandes ganancias. En paralelo y como consecuencias de estas y otras circunstancias, América Latina vio surgir la que sería una de sus mayores contribuciones a nuestro campo de conocimiento: la economía política de la comunicación. Nacida de la mano de los teóricos de la Comisión Económica para América Latina, CEPAL, esta corriente de pensamiento ha hecho no sólo importantes contribuciones a la comunicación, sino que se abrió hacia aspectos al principio insospechados que fortalecieron sus análisis.

¿Cómo ignorar la falta de políticas públicas de comunicación que ordenen el ecosistema de medios? ¿Cómo ignorar la emergencia de empresas mediáticas que fructificarían en poderosos consorcios internacionales? ¿Cómo ignorar los acuerdos soterrados entre poder político y mediático? Entre otras, estas fueron preguntas que emergieron antes y durante esos encuentros internacionales. Su vigencia y creciente complejidad no tiene hasta ahora respuestas.

El interés de Fátima Fernández, plasmado en parte en su trabajo de 1976 "Imperialismo y medios de información colectiva en México", es coincidente con un interés regional que se debatió en la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina y el Caribe de 1976. Desde el sur, Margarita Graziano, argentina, pone también en evidencia esta preocupación por dar forma a políticas nacionales capaces de limitar la expansión comercial y concentración de medios.

Las investigadoras interesadas en el tema, vieron en la Conferencia de San José una suerte de espejo de las metas que se buscaban lograr en sus realidades nacionales y para lo cual ya estaban trabajando y reflexionando. Miraban al sistema comunicativo como un todo, ordenados por políticas públicas. Pero fue un espejo que pronto se convirtió en espejismo, ya que ese ecosistema ideal se trastocó por intereses económicos y políticos.

Otra de las más importantes aportaciones regionales a los planteamientos teóricos globales del campo, fue la comunicación alternativa, recientemente recuperada para su análisis por su preponderancia en las redes sociales digitales. Desde estos nuevos razonamientos el concepto de lo alternativo se expande más allá de los sistemas mediáticos, ubicándolo en discursos críticos que amplían la incidencia social del análisis comunicativo.

En los inicios, parte de la búsqueda por lograr políticas nacionales de comunicación se fijó en lo alternativo, un concepto con matices diversos, siempre atravesado por la idea de réplica y contra argumentación o la confrontación entre lo hegemónico y lo subalterno, estableciendo parámetros que van desde el diálogo hasta la contrainformación. No obstante, el centro del análisis se estableció en los sistemas medios que en nuestra región tuvieron siempre una fuerte presencia de los comerciales o de aquellos comprometidos con los grupos en el poder. Esta centralidad en lo mediático no impidió la construcción de narrativas académicas que analizaron tanto a los considerados medios masivos, como manifestaciones puntuales de la cultura dominante (libros, revistas, personajes). Es en esa corriente latinoamericana de la comunicación que se inscriben, tácitamente, algunos de los trabajos analizados en este libro cuando dialogan e impugnan al imperialismo cultural, creando argumentaciones alternativas a las que entonces dominaban. Entre ellos es posible situar las aportaciones a la comunicación desde la psicología realizadas por Paula Wajsman, argentina; la perspectiva de la estadounidense Elizabeth Fox al señalar el avance del imperialismo cultural en Colombia, donde vivía entonces o las primeras reflexiones críticas de Margarita Zires en México sobre los medios de su país. Si pensamos en lo alternativo situado solo en sistemas de medios, sus contribuciones no son fácilmente asimilables a esas propuestas, pero lo son en cuanto ellas son capaces de establecer un diálogo entre su propio pensamiento crítico y la realidad que están observando. Cada

autora va a desmenuzar y confrontar aspectos específicos de ese imperialismo cultural. Cada una de ellas evolucionará en sus reflexiones observando la realidad desde su alteridad.

Destacan en todos los casos sus críticas a la penetración cultural a través de los medios: Wajsman con el recurso de la polémica abierta explora y cuestiona las revistas infantiles, así como la obra *Para leer el Pato Donald*, entonces aceptada sin cuestionamientos. De esta autora, creo que es necesario también reivindicar su sondeo temprano acerca del placer que producen en los receptores los discursos mediáticos, un punto de vista que será reconocido algunos lustros más tarde. Fox desde su doble pertenencia a Estados Unidos y Colombia (que extenderá después viviendo en otros países de la región donde analiza temas similares), identifica el papel activo y creciente de los medios en el imperialismo cultural, que tienen como sustento el fortalecimiento empresarial tolerado por los gobiernos regionales. Desde sus primeros trabajos Zires se coloca en la crítica ideológica a las políticas públicas en México, pasando luego a desmenuzar algunos mitos y personajes icónicos de la televisión, protagonistas de la dominación cultural.

En este punto vuelvo a mi experiencia académica personal y añado algunos datos recientes acerca del trabajo de Zires quien, sin abandonar la crítica ideológica, ha trabajado activamente junto con otros colegas de instituciones académicas y profesionales de la comunicación para integrar la Red por la libertad de expresión contra la violencia a comunicadores. Con este regreso compartido y colectivo se retoma uno de los temas germinales del campo: los periodistas bajo acecho. En el presente su seguridad ha sido vulnerada desde distintos actores y escenarios, que han llegado incluso a condicionar la verdad mediante la fuerza que impone la violencia.

Del periodismo a la comunicación

La evolución desde la preponderancia del periodismo hacia la comunicación, tuvo lugar en medio de las crisis recurrentes de nuestra región, el incierto reconocimiento de la comunicación como campo de estudio, así como su vacilante ubicación en las áreas estudiadas entonces[6]. El conjunto de estos factores produjo ausencias notables en los inicios de investigación de la comunicación, por lo cual los temas fueron tratados desde otras disciplinas. Tal coyuntura condujo a un abordaje multidisciplinario que se hace patente en las áreas de formación de las autoras seleccionadas para este libro, afines, aunque colaterales a la comunicación: sociología, filosofía, pedagogía, psicología, letras, y unas pocas en periodismo y comunicación colectiva. En principio, esa perspectiva diversa enriqueció al campo, sin embargo, con los años le quitará cierta especificidad.

También es visible en el tratamiento de temas novedosos que abren y multiplican una narrativa centrada entonces en los medios, sus dueños y la actividad periodística, así como en investigaciones tempranas sobre comunicación política y comunicación educativa, pasadas por el tamiz del funcionalismo. El libro enfoca también una incipiente consideración de que los receptores individuales y por lo tanto las audiencias, son interlocutores capaces de responder y cuestionar los mensajes mediáticos. La apertura de este diálogo fue impulsada tanto por el pensamiento de Paulo Freire (1968), como el nítido cuestionamiento a modelos que promueven una comunicación omnipotente y sin resistencia social.

El trabajo de la filósofa y socióloga argentina, Regina Gibaja, *El público del arte* (1964) con el que inicia el libro, es referente de ese temprano interés por considerar activos

---

6 Recordemos que muchas carreras de comunicación se ubicaron al principio en Facultades de Derecho, originando posteriores movimientos hacia ciencias sociales o políticas.

a los públicos. Responde, asimismo, al reconocimiento del arte como elemento constitutivo de los contenidos de los medios, como lo hizo Eliseo Verón (1968) en sus primeros trabajos. Estudiar el público de los museos, tan diferente al de los medios, le abre a la autora la posibilidad de pensar en esos medios emergentes y sus audiencias. Salvo en el caso de destacadas producciones cinematográficas, el valor del arte como parte de la producción y recepción de mensajes ha ido cediendo ante factores propios de la creciente comercialización mediática y ahora digital: amarillismo, repetición, producciones de bajo costo con ganancias en corto tiempo, productividad intensiva mediante la difusión simultánea en plataformas diversas, entre otros.

En este como en otros trabajos iniciales del campo, la realidad se impone y despierta el ejercicio de observación. Si bien Gibaja comienza estudiando al público de los museos, no pudo ignorar la efervescencia de los medios en esos años que le llamaron reflexionar acerca de esas audiencias.

La perspectiva estructuralista y sus vertientes a la que corresponden las contribuciones de Lisa Block de Behar, se detiene en literatura y discursos masivos. Desde la lingüística esta autora evidencia un vínculo fuerte, que persiste hasta ahora y se manifiesta incluso en materias que abordan literatura y periodismo en las carreras de comunicación a veces como contraposición, otras como complementariedad o diferenciación.

Mabel Piccini, y Michèle Mattelart vinculadas al estructuralismo, tanto por su formación como por haber compartido trabajos conjuntos desde esa perspectiva, tienen otras matrices comunes. Ambas están ligadas a la migración: de Francia a Chile y su regreso a Francia, en el caso de Michèle, y del exilio en el caso de Mabel, pasando por Chile y con destino final en México. Ambas vivieron la interculturalidad con sus riquezas y conciliaciones. Esto explica el cambio de sus temas y abordajes, aunque siempre

sostenidos por una mirada crítica con la que se acercan tanto a fenómenos sociales, políticos, como de género.

Resulta difícil ubicar a Beatriz Sarlo en algunas de las agrupaciones productivas ya señaladas. Pero aún más difícil es ignorar sus contribuciones que más allá de la comunicación, son intervenciones certeras sobre la cultura. Su amplia producción y la evolución tanto de la cultura como de las comunicaciones, le han permitido desplegar una mirada privilegiada sobre los procesos sociales, realizando importantes aportaciones con matices diferentes. Simplemente es posible afirmar que el conjunto de su obra es un contrapunto crítico con los sucesos sociales y culturales ocurridos en casi cinco décadas. Allí está su pensamiento, a veces sobre comunicación, otras sobre medios específicos, siempre críticos, siempre incisivos, una suerte de faro que ilumina el devenir cultural de su país, Argentina, sin renunciar a la perspectiva global.

Colofón

Al final de su presentación, Yamila Heram y Santiago Gándara se preguntan si es pertinente pasar de una historia de la investigación de la comunicación sin mujeres, a una historia exclusivamente de mujeres investigadoras, paso que consideran simplificador. Ya que esta obra va mucho más allá de una perspectiva de género revelando pensamientos silenciados, considero que se trata de una falsa aporía. El libro busca y explica un momento cuyos ejes culturales, sociales y morales comportan como "natural", entre otras, la exclusión de género. Reporta y recorta un momento histórico, algo que puede repetirse en otros periodos con el fin de construir un tejido histórico mayor.

La investigación del campo de conocimiento de la comunicación, como la conocemos ahora, organizada, con trabajo de campo, con financiamientos gubernamentales o de otros organismos (no siempre carentes de intereses), con resultados

difundidos en congresos y seminarios, publicados en diversos medios, apenas inició en los 80, pasando de lo presencial a lo virtual en 2020 con la pandemia del SarsCov 2. Fue en la década de los 80 cuando comienzan a proliferar los estudios de posgrado y bajo la presión de alcanzar metas numéricas, el campo se burocratiza, ingresando a un sistema de premios y castigos del que habría mucho que decir. Antes como ahora, acciones para abrirse camino en la investigación están plagadas de olvidos, tal vez de renunciamientos y rencores. Esos entramados son incentivos para contar nuestra historia, aunque no desde allí, sino desde la reivindicación de las voces y las ideas silenciadas o apropiadas por los protagonistas de ese mismo relato.

Y la aporía parece no ser tal, porque como he insistido durante muchos años, no tenemos una historia del desarrollo de nuestro propio campo que muestre, no sólo las ausencias femeninas, sino que amplíe la mirada más allá de sus reconocidos protagonistas. La historia oficial nos ha restado identidad. Contar lo que somos es en sí, un necesario factor aglutinador e identitario.

Cuernavaca, México, marzo de 2021

Referencias bibliográficas

Crovi, D. y R. Trejo. Coordinadores. (2018). *Tejiendo nuestra historia. La investigación de la comunicación en América Latina*. UNAM: México.

Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido* (manuscrito en portugués de 1968). Montevideo: Ed. Tierra Nueva.

MacBride, S. Coordinador. (1980) *Un solo Mundo. Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo,* Fondo de Cultura Económica (FCE) y UNESCO: México, D.F.

Verón, E. (1968). *Conducta, estructura y comunicación.* Editorial Jorge Álvarez: Buenos Aires.

Presentación

Propósitos

En los balances y retrospectivas de la conformación del campo de la comunicación en América Latina, las obras más nombradas refieren a los padres fundadores. No hay *madres,* para seguir con la analogía de la familia. Lo mismo ocurre si relevamos los programas de las materias de grado de comunicación, e incluso de posgrado. Esto nos advierte de un hecho tan evidente como invisible: los aportes de las mujeres al campo de la comunicación en América Latina –y podríamos hacerlo más extensivo a la geografía internacional– ocupan en general un lugar periférico: sus nombres, sus trayectorias, sus obras.

En los últimos tiempos la temática en torno a las mujeres está ocupando gran parte de la agenda de los medios y del interés público. Para ello, las mujeres debieron abrir intensos debates, desarrollar sus propios colectivos de organización, desplegar masivas movilizaciones y enfrentar a los poderes. Sin embargo, no sólo persisten las dificultades –esto es, las desigualdades– que continúan sin resolverse, sino que, en relación con nuestro tema, se mantiene el desconocimiento –lo opuesto al reconocimiento– de una serie de investigadoras que fueron pioneras de los estudios de comunicación en América Latina.

En consecuencia, este libro tiene por objetivo visibilizar y reconocer los aportes de las mujeres pioneras a los estudios de comunicación. Lo hacemos con un doble propósito que anuda, también, nuestros intereses. Por un lado, como aporte a la historia del campo de la comunicación en

América Latina: pretendemos completarla con estas otras historias de investigadoras. Por el otro, como aporte a la enseñanza de los estudios latinoamericanos en el ámbito universitario. Recogemos aquí el desafío de diversos colectivos de estudiantes que comenzaron en los últimos años a advertir sobre la ausencia de autoras en los (nuestros) programas de estudio. Entendimos que tal cuestión (al mismo tiempo, cuestionamiento) no podía ser despachada con la inclusión de algún cupo bibliográfico, sino que más bien debía ser abordada a partir del examen atento de las contribuciones de aquellas primeras investigadoras que abrieron un camino.

Cuando trazamos el plan del libro, resolvimos una primera delimitación: estudiaríamos sólo a aquellas autoras que hubieran publicado su o sus primeras investigaciones en el período de autonomización del campo de la comunicación en América Latina, esto es, entre los años sesenta y setenta. A partir de este criterio, seleccionamos a las argentinas Regina Gibaja, Mabel Piccini, Beatriz Sarlo, Paula Wajsman y Margarita Graziano, la francesa (entonces residente en Chile) Michèle Mattelart, la uruguaya Lisa Bloch de Behar, la estadounidense (entonces residente en Colombia) Elizabeth Fox y las mexicanas Fátima Fernández Christieb y Margarita Zires Roldán.

Esto supuso un primer recorte del universo de investigadoras que publicaron fuera de esos límites temporales y que también podrían ser legítimamente consideradas precursoras de los estudios y la enseñanza de comunicación: Rosa María Alfaro, en Perú; Alcira Argumedo, Patricia Terrero, Nora Mazzioti, Alicia Entel, María Cristina Mata, en Argentina; Patricia Anzola, en Colombia; Beatriz Solís Leree y Delia Crovi Druetta, en México; Regina Festa, María Inmacolata Vasallo de Lopes y Anamaria Fadul, en Brasil[7], entre tantas otras, cuyas investigaciones se fechan

7 Destacamos los trabajos sobre la recepción mediática de Rosa María Alfaro, los procesos de transnacionalización de la comunicación en América Latina

en los años ochenta y se inscriben –en términos generales– en las perspectivas, problemáticas, objetos de estudio, corrientes de investigación dominantes en el campo durante la etapa de institucionalización de los estudios latinoamericanos de comunicación.

En el transcurso del relevamiento –la pandemia y el confinamiento fueron algo más que un contexto de producción– se nos impusieron otras limitaciones: la dificultad para acceder a datos biográficos y a las obras (artículos y libros) de primera mano. Si bien esto lo pudimos sortear en los casos abordados, nos impidió tratar las trayectorias de otras investigadoras que habíamos seleccionado originalmente: Nelly de Camargo (Brasil), Francisca María Bartra Gros (Perú), Ana María Nethol (Argentina), Silvia Molina y Vedia (Argentina) y Giselle Munizaga (Chile). Como consecuencia, nuestro propósito de trazar una representación amplia de la región terminó con un sesgo de selección argentina que no queremos que se atribuya a un localismo que no profesamos.

Fundaciones

La etapa fundacional del campo de estudios latinoamericanos de comunicación ha sido suficientemente tratada[8]. Brevemente, podemos apuntar tres series que *condicionan,*

---

de Alcira Argumedo, las tecnologías y transformaciones sociales de Patricia Terrero, las telenovelas latinoamericanas de Nora Mazzioti, la Escuela de Frankfurt y el pensamiento de Marcuse de Alicia Entel, las audiencias y radios populares de Matta, el periodismo y género de Patricia Anzola, las políticas de comunicación y derecho a la información de Beatriz Solís Leree, la sociedad de información y conocimiento de Delia Crovi Druetta, la comunicación popular y alternativa de Regina Festa, los presupuestos epistemológicos y metodológicos de María Vasallo de Lopes y las contribuciones a la economía política de Anamaria Fadul.

8 Fuentes Navarro (1992), Marques de Melo, J. (1999), Crovi Druetta (2004), Mangone (2007), Moragas Spá (2011), Barranquero (2011), entre tantos/as otros/as.

que dejan su huella, en las investigaciones, los debates y las intervenciones político-intelectuales. Por un lado, el contexto socio-histórico, caracterizado por un proceso de masivas movilizaciones, confrontaciones antiimperialistas y luchas por la transformación social: un período que podría circunscribirse entre dos revoluciones: la cubana (1959), como apertura, y la nicaragüense (1979), como clausura. Por el otro, la serie de modernización de la industria cultural (la televisión como medio de masas, el boom de las editoriales) y de las ciencias sociales, a partir de la importación de nuevas corrientes teóricas (estructuralismo), disciplinas (semiología), nuevas versiones de marxismo filosófico o cultural (la Escuela de Frankfurt, el althusserianismo), amalgamadas con la teoría social de la dependencia que organizó una mirada radicalmente crítica sobre las causas del subdesarrollo de la región. Y finalmente, una tercera serie que refiere a la conformación de un espacio recortado de las ciencias humanas y sociales, donde se producen, circulan y reconocen saberes específicos en torno a los medios masivos, su conformación monopólica, sus lenguajes, la naturaleza ideológica de su funcionamiento en el sistema social.

Ahora bien, las historias del período están construidas a partir de, preponderantemente, genealogías y reconocimientos a los llamados padres fundadores[9]. La contracara de ello es o la ausencia o el disminuido reconocimiento de investigadoras cuya mención suele agotarse en la cita o la nota al pie. Sin embargo, si ampliamos esas referencias –es decir, si abordamos

9 Algunos trabajos que se han centrado en la trayectoria de investigación de autores del campo como Luís Ramiro Beltrán, Armand Mattelart, Jesús Martín Barbero, Héctor Schmucler, Antonio Pasquali, José Marques de Melo, Rafael Rocangolio, Mario Kaplún, Eleazar Díaz Rangel, entre tantos otros podemos nombrar los escritos de Sánchez Narvate (2019), Michel Sénécal (2010), Esteinou Madrid, (2002), Zarowsky (2013, 2016), Aguirre Alvis (1997), Rincón (eds.) (2018), Marroquín (2015), Solís Leree y Kaplún (2015), entre otros.

esas trayectorias y obras apenas mencionadas– podemos advertir un conjunto muy amplio investigadoras, nacidas entre 1927 y 1949, que se han acercado a los estudios de comunicación desde diferentes disciplinas de origen: con carreras de grado de Sociología, Pedagogía, Psicología, Letras o la incipiente carrera de Ciencias y Técnicas de la Información de la Universidad Iberoamericana (México). Asimismo, comprobaremos que estas intelectuales se inscribieron muy tempranamente en la economía política y las políticas de comunicación, se destacan los trabajos de Elizabeth Fox (estadounidense), Margarita Graziano (argentina) y Fátima Fernández Christieb (mexicana); en la crítica ideológica, la lingüística y el análisis de discurso, los trabajos de Michèle Mattelart (francesa), Mabel Piccini (argentina), Beatriz Sarlo (argentina), Margarita Zires (mexicana) y Lisa Block de Behar (uruguaya); en los primeros trabajos sobre recepción y consumo, las investigaciones de Regina Gibaja (argentina) y de Michèle Mattelart y Mabel Piccini. Reconoceríamos, además, sus primeras publicaciones en las revistas emblemáticas del campo: *Comunicación y Cultura* (1973-1985), *LENGUAjes* (1974-1980), *Chasqui* (1972-1979, primera época) e *ININCO* (1980-1984) y de la época: *Los Libros* (1969-1976)[10]; sus intervenciones en las luchas políticas y en la elaboración de propuestas para organizaciones sociales, organismos estatales o supra estatales (UNESCO) en materias de medios, políticas de comunicación y culturales.

---

10 Desde los años setenta publicaron en *Comunicación y cultura,* Mabel Piccini, Michèle Mattelart, Margarita Zires, Fátima Fernández, Elizabeth Fox y Margarita Graziano; en *LENGUAjes,* Paula Wajsman; en *Los Libros,* Beatriz Sarlo y Paula Wajsman; en *ININCO*, Margarita Graziano y en *Chasqui,* Elizabeth Fox.

Palabras clave

En la lectura y reconstrucción de los aportes pioneros de las autoras aquí trabajadas encontramos tres conceptos que se reiteran: *mito, políticas nacionales* e *imperialismo*. Precisamente son las palabras clave del período, las que sintetizan y reflejan las preocupaciones y las miradas sobre cómo y qué investigar.

En torno al concepto de *mito* –que anuda los de fetichización e ideología en las tradiciones del marxismo– se observa una referencia común: la obra *Mitologías* (1957) de Roland Barthes, de temprana circulación en Latinoamérica. Allí el semiólogo francés se propone "dar cuenta en detalle de la mistificación que transforma la cultura pequeño burguesa en naturaleza universal" (1957, p.11). Barthes piensa a la ideología como el proceso de ocultamiento de la realidad social, siendo los medios y los lenguajes masivos quienes construyen una ideología que promueve la deshistorización y la descontextualización, frente a lo cual la tarea de la crítica ideológica consistirá en poner de manifiesto los mecanismos a partir de los cuales se producen tales ocultamientos.

Por sólo dar algunos ejemplos de las referencias explícitas a Barthes referimos el artículo "Los canales del GAN" de Beatriz Sarlo, publicado en la revista *Los Libros*, donde se expresa: "el discurso de la televisión, que es tematizado por el GAN reproduce una cadena mítica del tipo que Roland Barthes establece en *Le mythe, aujourd'hui*" (1972, p. 4). Lisa Block de Behar, en su libro *El lenguaje de la publicidad,* da cuenta de sus primeras lecturas de Roland Barthes: *Mitologías* (1957) y *Crítica y verdad* (1973). Michèle Mattelart, en "El nivel mítico de la prensa seudo-amorosa" (1970, primera edición), aborda una fotonovela semanal chilena y adopta el modelo barthesiano para su análisis crítico. Mabel Piccini escribe "El cerco de las revistas de ídolos" (1970) y realiza una lectura ideológica sobre una revista destinada a la clientela juvenil a partir de la categoría central de mito. Y destacamos, finalmente, el análisis político-ideológico de

Margarita Zires, junto con Héctor Schmucler (1978), sobre la prensa argentina en la crisis de 1974.

En la corriente de la crítica ideológica podríamos sumar a otras dos autoras argentinas que no incluimos en nuestra selección. Por un lado, a Sylvina Walger quien escribe, junto con Carlos Ulanovsky, *Tv Guía Negra* (1974)[11], el libro reúne artículos periodísticos publicados en los diarios *Mayoría* y *La Opinión* entre 1971 y 1973. Por el otro, Virginia Erhardt que examina las novelas de Corín Tellado en dos trabajos publicados en la revista *Casa de las Américas* (1973) y *Crisis* (1974).

Si en la etapa de autonomización una parte significativa de las investigaciones giraban en torno al análisis ideológico de los mensajes de los medios masivos, en tanto reproductores de la ideología dominante; otra examinaba también críticamente la concentrada y extranjerizada estructura económica y social de los medios de comunicación. En esa orientación se inscriben los primeros trabajos de Elizabeth Fox, Fátima Fernández y Margarita Graziano que participan además en los debates sobre las *políticas nacionales de comunicación* que recorrieron el período y que tuvieron su caja de resonancia en sucesivas conferencias regionales e internacionales que coronarían en *Voces múltiples, un solo mundo*, el Informe MacBride (1980). Las tres también experimentarían el fracaso de aquellos intentos de reforma de los sistemas de medios nacionales. Será "la herencia de un fracaso" (Fox, 1989), el triunfo de los sectores corporativos que "no sólo boicotean leyes, sino que las crean" (Fernández Christieb, 2007), o la suposición equivocada de que un sistema de medios puede estar dispuesto a reformarse "después de más de treinta años de asumir la 'comunicación' como 'negocio privado' o un Estado en el que los conflictos internos entre sectores de clase logren la aparición de una

---

[11] Si bien se trata de una producción circunscripta al periodismo cultural, los límites con el entonces en formación campo de la comunicación son más bien borrosos.

brecha que permita el favorecimiento de propuestas de este tipo" (Graziano, 1980).

Si bien no la incluimos en nuestra selección, destacamos también el artículo de la investigadora Nelly de Camargo sobre "Las políticas de comunicación en el Brasil", escrito con el historiador Virgilio Noya Pinto.

El concepto de *imperialismo cultural* –y sus constelaciones: dependencia, dominación, invasión– formaba parte del mismo repertorio teórico y político. En él se cifraba no sólo la denuncia sobre la desigualdad de los flujos informativos y el control de las corporaciones mediáticas latinoamericanas por parte del capital estadounidense –contra la tesis libremercadista del *free flow* como salida democrática y garantía del progreso de las naciones– sino también la confrontación con la dependencia económica y la presencia dominantes del imperialismo. Como lo advertía la mexicana Fernández Christlieb (1975) "la presencia de las empresas trasnacionales en México no obedece a meros motivos económicos particulares, sino a una política de penetración norteamericana para consolidar una posición hegemónica a nivel mundial" (p. 36).

Nos parece importante destacar, además, que las autoras mencionadas establecieron una relación no de filiación sino más bien de diálogo intelectual y trabajo colaborativo con tres de los representantes más destacados del campo: con Luis Ramiro Beltrán, Elizabeth Fox escribe *La comunicación dominada* (1980), entre muchas otras publicaciones; con la obra Antonio Pasquali se formó Fátima Fernández y Margarita Graziano integró el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), en Venezuela; con Armand Mattelart, Michèle y Mabel Piccini llevaron adelante un trabajo colectivo en el Centro de Estudio de la Realidad Nacional (CEREN), en Chile.

Recepción y consumo

Los conceptos de recepción y consumo no dominan la escena de la investigación latinoamericana en los años fundacionales. Pero tampoco –hay que decirlo contra la etiqueta que los balances de los años ochenta le atribuyen en retrospectiva– están ausentes. Basta citar *Comunicación y cultura de masas* (1964) de Antonio Pasquali, donde se distingue entre información y comunicación –entendida como "interacción recíproca"–, *Neocapitalismo y comunicación de masa* (1974), de Heriberto Muraro, en el que se cuestiona la tesis de los efectos manipulatorios para recuperar las condiciones de recepción; y el programa para "La investigación sobre comunicación masiva" (1975), de Héctor Schmucler, quien postula la necesidad de estudiar las condiciones histórico-sociales de recepción, a partir de la experiencia sociocultural de los receptores.

Con todo, las perspectivas dominantes en los estudios latinoamericanos hasta fines de los años setenta ponían foco en el poder, la producción social de significado, las estrategias manipulatorias, la estructura monopólica. De allí que se destaque el hecho de que por lo menos cuatro de las autoras que seleccionamos hayan producido trabajos pioneros en relación con los estudios de recepción y consumo. Nos referimos a los estudios sobre los públicos de arte en la pionera investigación de Regina Gibaja y sobre las audiencias televisivas de los sectores populares residentes en poblaciones del gran Santiago de Chile en el trabajo conjunto de Mabel Piccini y Michèle Mattelart, ambos considerados en el libro. Como se planteará en el capítulo respectivo, el artículo de Paula Wajsman que reseña polémicamente al libro *Para leer el pato Donald*, de Ariel Dorfman y Armand Mattelart, introduce una concepción de las lecturas y consumos en la infancia que encuentra su fundamento en el placer –desplazando la idea de imposición ideológica–, categoría que puede conectar de manera anticipada con

las investigaciones de los estudios culturales producidas en los años ochenta en torno a los melodramas televisivos.

Pero incluso en aquellas investigaciones que se inscriben en la corriente de la crítica ideológica no dejan de aparecer consideraciones en torno a la recepción. Tal es el caso de Beatriz Sarlo, quien, tras describir los núcleos ideológicos de la programación televisiva, reconoce que "se abre un interrogante acerca de cómo son procesados este tipo de mensajes por la audiencia" (1973, p. 9). O el de Margarita Zires (1978), quien junto con Héctor Schmucler, suma un aporte al pensar los medios como "retroalimentadores", que dará pie a una reformulación de los procesos comunicacionales.

Al margen de nuestra selección, consignamos los trabajos de otras tres investigadoras. Por un lado, Nelly de Camargo realizó un estudio de recepción *A TV e o quadro de referência sócio-cultural: o público dos telepostos de São Luis do Maranhão* (1972), como tesis para su doctorado. Según Nilda Jacks (2011), se trata de una de las investigaciones pioneras que "revela una fuerte influencia de la teoría crítica, de la semiología y de la teoría de los efectos, con énfasis en la ideología de los mensajes" (p. 70). Por el otro, la investigadora peruana Francisca María Bartra Gros que escribió "La formación del receptor y la dinámica del grupo" (1973), un trabajo en el que caracteriza a la televisión como "un factor de presión social sobre el individuo", frente al cual propone "una metodología para la formación del receptor" (p. 79). Y finalmente, Silvia Molina y Vedia, una argentina radicada en México desde los años setenta, que publicó el libro *Manual de Opinión Pública* (1978)[12].

12 De estos tres últimos trabajos citados sólo pudimos acceder a la lectura de primera mano de la investigación de Bartra Gros.

Estudios de mujeres, estudios de género

Los aportes que examinamos en el libro fueron realizados por investigadoras, pero no se inscriben en los estudios de mujeres y de género, corrientes que emergen en los años ochenta y se institucionalizan progresivamente a partir de los años noventa en Latinoamérica. Sin embargo, en cierto sentido las contribuciones de Regina Gibaja y sobre todo las de Michèle Mattelart pueden ser leídas en una genealogía que las coloca como precursoras de los estudios de comunicación y género, cuando el feminismo todavía no era "el movimiento que conocemos hoy con su diversidad de fases y enfoques según los contextos nacionales, las sensibilidades políticas y los acercamientos heurísticos" (Mattelart, 2007, p. 41) y, sobre todo, cuando los llamados estudios de género no habían alcanzado su actual estatuto. Incluso por razones generacionales, estas investigadoras son afines a la segunda ola del feminismo, marcada por aquellas tempranas luchas por la igualdad y por las lecturas de Alexandra Kollontai y Simone de Beauvoir.

Precisamente una de las primeras reseñas bibliográficas de *Le deuxieme sexe* de la escritora francesa fue escrito tempranamente por Regina Gibaja, quien, además, publicaría una serie de artículos sobre el tema, entre los cuales destacamos "La mujer: un mito porteño" (1954), donde describe las representaciones femeninas (símbolo de la maternidad, de la castidad, de la tentación y la lujuria) que han servido históricamente para justificar su papel subordinado en el sistema social.

Michèle Mattelart, por su parte, investigó las representaciones de las mujeres en los medios –fotonovelas, semanarios femeninos, prensa gráfica–, desde una mirada totalizadora que tomaba en cuenta "al conjunto del sistema social que presenta sus rasgos y su dinámica a dicha relación" (1982, p. 5). Los medios colocan a las mujeres en el centro de una estrategia que pretende convertirlas en "el eje del consumo y agente determinante de la socialización de los

niños, la encargada de transmitir los códigos de autoridad, de hacer asimilar las imágenes y los papeles masculinos y femeninos discriminados" (1982, p. 7).

Al reconstruir las principales perspectivas en la relación entre medios de comunicación y mujeres, la especialista en estudios de género Claudia Laudano (2010) destaca a Michèle Mattelart como "una pionera en el análisis de las revistas femeninas" y como una "autora paradigmática en Latinoamérica". Al mismo tiempo, la especialista critica dos puntos centrales de esta tradición a la que define como "determinista": por un lado, la concepción del "proceso de comunicación en un sentido unívoco y uniforme"; por el otro, el uso de "una noción de sujeto (mujer) poco problematizada" (p. 43). Tales recusaciones a los estudios sobre las representaciones de las mujeres en los medios –que se advierten en los años setenta– terminarán por desplazar las investigaciones de estudios de género hacia la recepción –sobre todo hacia los noventa– a partir de una reconsideración no solo de los consumos sino de la cultura popular y masiva. Sin embargo, en la última década algunas autoras advierten una revitalización de esta perspectiva [13], una vuelta a los análisis de la figura de las mujeres en los medios.

Michèle Mattelart concederá algunas de estas revisiones críticas al afirmar que "el genérico «mujer» es cada vez más refutado. Lo que se critica en esta denominación es la concepción esencialista del sujeto mujer, que revela el supuesto valor universal de este sujeto que estaría garantizado por el zócalo biológico del sexo, esta representación estructural de un mundo inmóvil, con las reparticiones

[13] Justo von Lurzer (2018) atribuye esa revitalización, en el caso argentino, al cambio de escenario producido por la promulgación de la Ley de Servicios Audiovisuales (2009) que "contribuyó a la conformación de cierto sentido común que funciona como telón de fondo para la investigación: la ´violencia mediática´, el ´sexismo´, la ´cosificación de las mujeres´, los ´estereotipos de género´ y sus presuntos efectos en la socialización de los sujetos aparecen nuevamente como el horizonte de problemas dominantes. Un esencialismo estratégico de nuevo signo, sobre las mujeres y sobre las textualidades" (p. 269).

entre los sexos ineludibles dado que se fundamentan en la naturaleza de las cosas" (2014, s/p). Pero al mismo tiempo reconoce la existencia de una tensión no resuelta entre los dos polos que se identifican con sucesivas generaciones: entre "el feminismo de la igualdad y el feminismo de la diferencia" (Mattelart, 2007, p. 44).

Finalmente, podríamos sumar los aportes de Mabel Piccini quien, hacia los años noventa, fue abordando temáticas vinculadas con los estudios feministas y no solo publicó sino que integró el consejo editorial de *Debate Feminista,* una revista académica del Centro de Investigaciones y Estudios de Género, creada en 1990, dependiente la UNAM.

Desplazamientos y persistencias

Si bien resolvimos seleccionar a aquellas autoras cuyas primeras publicaciones aparecieron en la etapa fundacional de los estudios latinoamericanos de comunicación, consideramos necesario estudiar también sus trayectorias posteriores, con excepción de aquellas (Gibaja, Wajsman) que reorientaron sus intereses y sumaron contribuciones en otros campos.

En ese sentido, leímos sus aportes en el cuadro de los desplazamientos que recogen las historias del campo de la comunicación en Latinoamérica: desde la etapa de institucionalización (en los años ochenta), de profesionalización (en los noventa) y de burocratización y consolidación académica (desde los 2000)[14].

---

14 Un detalle de las distintas periodizaciones formuladas por especialistas del campo excede el propósito de este artículo. Consignamos que la primera, para el ámbito regional, fue la del investigador mexicano Raúl Fuentes Navarro (1992) y una de las más completas –porque articula procesos político-económicos, matrices teóricas, enfoques– y próxima a la que aquí adoptamos es la que formula el investigador boliviano Erick Torrico Villanueva (2004). Para la conceptualización de la última etapa, sumamos nuestras propias contribuciones: Gándara y Heram (2021).

A fines de los años setenta y comienzos de la década siguiente, se advierte en los estudios de comunicación un desplazamiento que afecta a los objetos de estudios (antes que los medios, las mediaciones, las culturas populares y la vida cotidiana), las corrientes teóricas y disciplinas hegemónicas (de la crítica ideológica y la economía política a los estudios culturales), las problemáticas clave (en lugar de los procesos de dominación, los procesos de hegemonía y consenso). Tales cambios se despliegan de manera correlativa con una serie social e histórica marcada por las derrotas de los proyectos revolucionarios de la década anterior y la reconstrucción democrática, particularmente en los países del Conosur.

En los años noventa, cuando se profundiza la ofensiva "neoliberal" del capitalismo en toda la región, se circunscribe un estado del campo profesionalizado y al mismo tiempo más distanciado de su tradición crítica. En términos generales, el pensamiento comunicacional latinoamericano suscribe acríticamente a los procesos de globalización del mercado, a los reencantamientos de las entonces nuevas tecnologías, al examen de los consumos como instancias de configuración de identidades ciudadanas tan flexibles como las relaciones laborales, en definitiva: a conformar una mirada –una racionalidad– afirmativa del sistema social y de las industrias culturales, ahora plenamente legitimadas desde la academia.

Desde los 2000 en adelante, se podría delimitar una cuarta etapa, que se abre con las bancarrotas de las economías nacionales, pasa por la emergencia de gobiernos denominados nacional populares, y deriva en la crisis de los regímenes políticos (renuncias, golpes de estado, rebeliones populares). El campo de la comunicación en la región va a estar cruzado por tensiones contradictorias: a la consolidación académica (por caso, a través del reconocimiento de las ciencias de la comunicación en los organismos nacionales de ciencia y técnica, la proliferación de posgrados) y a la burocratización académica (visible en el carácter administrativo de las investigaciones), a la dispersión temática y metodológica (como se advierte en las presentaciones de las mesas de los congresos) y a la recuperación de tradiciones

críticas (como la de las políticas nacionales que organizan los debates en torno a las legislaciones sobre medios), entre otras.

Esta muy apretada síntesis de la historia del campo nos sirve a los fines de señalar que, al examinar las obras posteriores de las autoras aquí seleccionadas, reconocimos cambios, revisiones críticas, ajustes de cuentas o rupturas, en relación con la etapa fundacional y en clara consonancia con las problemáticas dominantes de cada etapa. Esto se manifiesta, particularmente, a partir de la bisagra que representaron los años ochenta. Pero notamos también –en la mayoría de los casos– la persistencia de una perspectiva crítica, aquella que se fraguó en los años fundacionales. La tensión entre cambio y persistencia será uno de los ejes que organiza nuestra lectura.

La organización del libro

El libro está organizado en diez capítulos, uno por cada autora. Tomamos como criterio de secuenciación la fecha de publicación de sus primeros trabajos y en cada uno de los capítulos abordamos tres aspectos: en primer lugar, una breve reseña biográfica de la autora, luego una lectura y comentario de sus escritos haciendo foco en lo publicado durante los años 60 y 70. Por último, compartimos una selección de uno de sus artículos más destacados del período.

En el primer capítulo trabajamos sobre los aportes de Regina Gibaja (Argentina, 1927 – 1997), en especial *El público de arte* (1964). A partir de la lectura del libro indagamos en los aportes a los estudios en recepción, las diferencias entre ese estudio y el realizado por Michèle Mattelart y Mabel Piccini en el mismo período. También nos detuvimos en la circulación y reconocimiento que ha tenido esa investigación en los estudios en recepción y consumo.

En el capítulo dos abordamos el itinerario intelectual de Lisa Block de Behar (Uruguay, 1937) quien, desde la lingüística y la primera semiología –de la que fue pionera en su país y en

la región– abordará la literatura y los discursos masivos. Examinamos en particular uno de sus primeros libros: *El lenguaje de la publicidad* (1973).

En el tercer capítulo nos acercamos a la obra de Mabel Piccini (Argentina, 1942 – México, 2015). Reconstruimos su trayectoria que se inicia en el laboratorio chileno, nos concentramos especialmente en el análisis de sus primeros escritos sobre temas comunicacionales. También seguimos sus trabajos que continúan en su exilio mexicano, donde intentamos advertir continuidades y rupturas en su trayectoria intelectual a partir de los años ochenta y la recuperación de una perspectiva crítica en los noventa, a contrapelo de la etapa que se abría.

En el cuarto capítulo nos acercamos a Beatriz Sarlo (Argentina, 1942). Sin desconocer su amplio itinerario, aquí nos detenemos en sus escritos vinculados específicamente con el campo comunicacional. Partimos de sus tempranos artículos sobre televisión y política publicados en la revista *Los Libros* en la década de los 70 para trazar un recorrido sobre sus intervenciones vinculadas con la cultura de masas.

El capítulo quinto lo dedicamos a la obra de Michèle Mattelart (Francia, 1941). A partir de la lectura de sus producciones ensayamos una periodización de su itinerario intelectual. Realizamos una lectura atenta de los trabajos de su primera etapa (1963-1973), elegimos tres ejes que organizan sus temas, su campo de problemas y sus principales respuestas: el cambio social, la cuestión de la mujer y la recepción.

En el capítulo seis nos detenemos en las obras de Margarita Graziano (Argentina, 1949-2000), identificamos una serie de artículos que nos permiten reconstruir sus principales intervenciones en un arco que va del diagnóstico y la denuncia por la concentración del sistema de medios al desencanto en torno a las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) que era el marco de reflexión que la acerca a la comunicación alternativa; hasta finalmente los balances y su intervención como primera directora en la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Buenos Aires.

En el séptimo capítulo nos acercamos a Paula Wajsman (Argentina, 1939-1995), si bien la autora publicó sólo dos artículos que podemos ubicar dentro del incipiente campo comunicacional, uno de ellos –"Polémicas. Las imágenes del imperialismo (I). Una historia de fantasmas" (1974)– adquiere especial relevancia por dos motivos: por un lado, polemiza con un libro clave de la época: *Para leer al Pato Donald* (1972) de Ariel Dorfman y Armand Mattelart, y por el otro y en consonancia con lo anterior, el texto de Wajsman ha sido muy citado en artículos y ponencias que reconstruyen la historia del campo, así como también ha sido incorporado a programas académicos que enseñan las teorías de comunicación latinoamericanas. Por ello, si bien la trayectoria de Wajsman se aleja de las problemáticas del campo, es que consideramos relevante acercarnos a este artículo que refleja los debates de una época.

El capítulo ocho está dedicado a Elizabeth Fox (Estados Unidos, 1947). Sus inicios académicos se sitúan en Colombia en la década de 1970, sus principales temas de indagación giraban en torno a la influencia y la dominación cultural que ejercía Estados Unidos en América Latina, así como el análisis de la estructura de los medios y las Políticas Nacionales de Comunicación. A partir de los 80 ubicamos un segundo momento en su trayectoria, caracterizado por las desilusiones en torno a las PNC y balances de aquellos primeros años.

En el capítulo nueve nos detenemos en la obra de Margarita Zires Roldán (México, 1948). Su primer trabajo de crítica ideológica, sus posteriores desplazamientos a la recepción de los/as niños/as y la televisión, sobre las apropiaciones de la cultura popular en los rumores, los mitos de la Virgen de Guadalupe y los movimientos sociales.

El décimo capítulo está dedicado a Fátima Fernández Christieb (México, 1949) quien sostuvo una mirada persistente sobre la concentración monopólica en el sistema de medios de México, al examinar la historia de la prensa, la radio y la televisión, y quien, recién en los últimos años, vira sus intereses para conformar un grupo de investigación en torno a la comunica-

ción intersubjetiva. El artículo que trabajamos es "Imperialismo y medios de información colectiva en México" (1976).

Quisiéramos cerrar con dos consideraciones finales. Cuando nos trazamos el plan del libro sobre *Pioneras en los estudios latinoamericanos de comunicación* conocíamos y habíamos trabajado en la universidad con algunas (muy pocas) de esas autoras, de otras o habíamos leído algunas de sus publicaciones o apenas teníamos la referencia de sus nombres. En otras palabras, sus trayectorias y sus obras fueron también un descubrimiento para nosotrxs.

Al terminar el trabajo y revisar los diez capítulos, advertimos que sería posible construir una historia del campo o desarrollar un programa sobre los estudios de comunicación en América Latina –que aborde sus principales corrientes, problemáticas y tensiones– sólo a partir de un recorrido por estas y otras tantas investigadoras. ¿Concluimos, entonces, con una propuesta para invertir la tendencia: pasar de una historia *sin* a una historia *exclusivamente* de investigadoras? Eso sería bastante simplificador. En todo caso, creemos que de lo que se trata es de completar esas historias, a las que todavía les restan muchas páginas.

Como se suele consignar en las presentaciones –una de sus funciones es prevenir y defender el desnudo libro que se ofrece–, otros y otras podrán retomar estas biografías y trayectorias para completarlas, recuperar aquellas que no pudimos reconstruir o que involuntariamente dejamos fuera de toda consideración. La tarea no solo está abierta, sino que, además, sigue siendo necesaria[15].

Buenos Aires, julio de 2021

---

15 Cuando ya se había cerrado la edición del libro, nos llega la noticia de la publicación *Mujeres de la comunicación*, un trabajo coordinado por Clemencia Rodríguez, Claudia Magallanes Blanco, Amparo Marroquín Parducci y Omar Rincón, que asume la recuperación de un conjunto de investigadoras de América Latina, dos de las cuales abordamos en este libro.

Regina Gibaja

Regina Gibaja (Argentina, 1927 – 1997), egresó de la carrera de Filosofía en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y Socióloga por FLACSO en Santiago de Chile. Investigadora del Departamento de Sociología de la Facultad de Filosofía y Letras, donde, entre otros trabajos, dirigió en el proyecto Internacional Aspectos Sociales de la Modernización. Investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), se desempeñó en diversas universidades: UBA, Universidad de Río Cuarto (Argentina), Universidad de los Andes (Venezuela) y Universidad Autónoma de Oaxaca (México).

En sus comienzos, como estudiante participó del consejo de redacción de la revista *Centro* del Centro de Estudiantes de la Facultad de Filosofía y Letras, allí publicó algunos artículos vinculados con la temática de las mujeres, el primero de ellos "fue un comentario del libro *Le deuxieme sexe* de Simone de Beauvoir, que evidencia el temprano conocimiento de la obra publicada en Francia en 1949, cuya primera traducción al español se produjo en Argentina en 1954" (Carli, 2018, p. 71). También fue colaboradora de la revista *Contorno*, donde continuó escribiendo temas relacionados con las mujeres, por ejemplo en el artículo "La mujer: un mito porteño" (septiembre, 1954) cuestiona y critica los mitos en torno a la mujer: "se trata del mito de la mujer, en todas las formas que, desde la mentalidad primitiva en adelante, han servido al hombre para justificar el papel que a aquella le ocupó en las distintas sociedades: la mujer símbolo de la maternidad, la mujer símbolo de la castidad, la mujer símbolo de la tentación y la lujuria, la mujer esclava al servicio del placer del hombre, la mujer dominadora del hombre y causa de su caída, etc." (p. 10).

En 1961 inicia la investigación sobre los públicos que concurren al Museo Nacional de Bellas Artes de Buenos Aires. Los resultados de la investigación los publica EUDEBA en 1964 y es reconocido como uno de los primeros antecedentes en Argentina en trabajos que exploran la relación de los públicos con los medios masivos de comunicación, a partir de una encuesta cuantitativa, más cercana a la tradición del funcionalismo estadounidense. Gibaja realizó el trabajo en el marco del Departamento de Sociología de la UBA que tenía como director a Gino Germani, a quien agradece por "el estímulo y las posibilidades que el profesor Gino Germani, director del Instituto de Sociología, creó para la tarea sociológica en nuestro país" (1964, p. 10).

Mabel Grillo recuerda que fue Regina Gibaja quien la acercó a la lectura de Geertz: "¿Leyó Geertz?, me preguntó al poco tiempo de haber comenzado a trabajar con ella. Ante mi negativa, tomó *La interpretación de las culturas* en una versión en inglés –todavía no había traducción al español– y me la dio diciendo que sospechaba que me iba a interesar" (2002: s/p). En 1978 la Universidad Nacional Autónoma de México publica "El mundo símbolo de la escuela", allí Gibaja "recuperaba de manera rigurosa y clara la propuesta de Geertz y sugería su utilización en el campo de la educación a partir del relato de una investigación que, siguiendo esos lineamientos, había realizado la autora en México" (Grillo, 2002: s/p).

En este capítulo nos ocuparemos específicamente de *El público de arte,* ya que resulta valioso por ser uno de los primeros libros en Argentina que se acerca a la problemática de los medios masivos y sus públicos. Si bien la trayectoria intelectual de Gibaja continúo por otras disciplinas –habiendo publicado numerosos libros vinculados con el campo de la educación[16]–, esta investigación pionera en los

16 *La cultura en la escuela. Creencias pedagógicas y estilo de enseñanza* (1996), *El tiempo instructivo* (1993), *La educación en la Argentina* (1994), entre otros.

estudios en recepción permite comprender las lecturas y supuestos de la época.

Indagar en los públicos

En *El público de arte* (1964), se exponen los resultados de una encuesta realizada en agosto de 1961 que tiene por objetivo la descripción y análisis del público asistente a la exposición de pintura moderna en el Museo Nacional de Bellas Artes de la ciudad de Buenos Aires, realizada por el Instituto de Arte Torcuato Di Tella. La investigación parte del interés del propio Instituto por conocer al público que se acerca a la exposición, sus motivaciones, sus características personales y la composición social, entre otros aspectos. Para ello se contacta con el Departamento de Sociología de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, ofreciendo su apoyo y colaboración económica para llevar adelante la encuesta. A la propuesta inicial, el Departamento de Sociología ofrece un plan de trabajo que excede a los intereses del Instituto Di Tella, amplía la indagación hacia los medios masivos de comunicación y las actitudes frente a estos, es decir: "una exploración en el campo de las comunicaciones de masas y de su impacto en los sectores cultos de la población de Buenos Aires" (1964, p. 7). Se quiere indagar, entre otras cuestiones, acerca de la posesión del televisor, sobre el interés que éste representa y por el tipo de uso (por ejemplo, si se apaga el televisor cuando llegan amigos/as, si los visitan a éstos para ver televisión, etc.).

Como se ha mencionado en la introducción, en los inicios del campo comunicacional las investigaciones en torno a los medios masivos de comunicación indagaban aspectos vinculados a sus discursos y sus estructuras económicas, la preocupación por conocer a sus públicos no era tema prioritario. Eliseo Verón en una entrevista a mediados de los 90 realizaba un repaso por los inicios del campo, mencionando

que "la recepción no se estudiaba porque costaba caro [...] la cuestión del trabajo de campo siempre me había parecido esencial" (1995, p. 17). No casualmente esta pionera investigación en torno a conocer los públicos se pudo realizar por el aporte de dos Instituciones –Departamento de Sociología y el Instituto de Arte Torcuato Di Tella– y la colaboración de una tercera: el Museo Nacional de Bellas Artes[17]. Es decir, se requirió de una serie de instituciones y financiamiento para poder abordar un trabajo de esta magnitud. En la investigación colaboraron más de diez personas entre encuestadores/as, equipo de codificación y tabulación, etc. También es de destacar que el Museo de Bellas Artes dispuso de un lugar, cerca de la entrada, donde realizar la encuesta. Se optó por un muestreo sistemático con intervalo fijo según orden de entrada, lo cual requirió de la presencia permanente de encuestadores/as en el museo. A la exposición concurrieron 15.000 personas y la muestra está conformada por 256 casos.

El cuestionario está compuesto en su mayoría por preguntas que fueron precodificadas, quedando sólo unas pocas preguntas abiertas, conformado por 71 ítems divididos en seis campos que pretendían indagar:

> a) datos personales (edad, sexo, nacionalidad, lugar de residencia, estado civil, estudios realizados, ideología e identificación de clase, ocupación y status socioeconómico); b) actitudes y valoraciones de la muestra del Instituto Di Tella (años 1960 y 1961); c) conducta cultural y pautas de comunicación de masas; d) actitudes frente a la cultura, el arte, las comunicaciones masivas; e) pautas de ocio y actividades de tiempo libre; f) efecto de la publicidad (p. 19).

17 También cabe mencionar como uno de los primeros antecedentes el libro *Sociología del público argentino* (1956) de Adolfo Prieto. Si bien el foco de dicha investigación son los y las lectores/as de literatura argentina; se introduce un capítulo dedicado a los medios de comunicación.

En esta temprana investigación Gibaja advierte que "el interés sociológico se ha desplazado últimamente al estudio de la cultura de masas, ubicando a ésta en su contexto histórico: el proceso de masificación de la sociedad" (p. 8). También menciona las dificultades de adentrarse en un área de investigación que carece:

> de un marco teórico bien definido en el campo de las comunicaciones. Las ideas e hipótesis elaboradas por los sociólogos interesados en el problema de la cultura de masas no han sido confirmadas empíricamente en la mayoría de los casos" (p. 9).

A lo largo del libro se reitera en varias ocasiones sobre el estado provisional del informe, lo ubica como una investigación exploratoria que espera sirva para análisis posteriores que indaguen en otros sectores sociales, "la ausencia de datos en nuestro país sobre conducta cultural y de comunicaciones, era un argumento más a favor de la necesidad de planear un trabajo sin aspiraciones explicativas pero que dejará algunos resultados, aun cuando sólo fuera para un sector limitado" (p. 17). Advierte sobre las dificultades por la falta de marcos teóricos, no obstante, reconoce las investigaciones sobre comunicación de masas realizadas en Estados Unidos, Francia e Inglaterra. Sólo menciona explícitamente los aportes de "las jornadas sobre problemas de la cultura de masas y los medios de comunicación de masas realizadas en 1960, cuyo relator fue Paul Lazarsfeld" (p. 9). La mención a Lazarsfeld (sólo y en co-autoría con Merton) –uno de los referentes de la corrientes funcionalista estadounidense quien llevó adelante investigaciones cuantitativas mediante la utilización de encuestas– se reitera en algunos apartados del libro, también menciona otros autores de distintas procedencias teóricas Morin, Jacobs, Hauser, Lowenthal, aunque por las características del informe y como ella misma lo observa en el libro, se centra en la descripción de los resultado de la encuesta.

Tanto el trabajo de Gibaja, como el de Michèle Mattelart y Mabel Piccini que abordaremos en los siguientes capítulos –"La televisión y los sectores populares" (1974)–, pueden ser considerados antecedentes en los estudios en recepción, no obstante, interesa mencionar algunas diferencias que permiten ilustrar las condiciones de producción de cada uno. "La televisión y los sectores populares" se inscribe en una discusión al interior de la izquierda, en especial de la Unidad Popular, en cuanto a sus políticas culturales difusionistas. El trabajo de Gibaja se inscribe en el interés del Instituto Di Tella en conocer al público que concurre al Museo. Es decir, uno se coloca en un contexto más politizado y el otro más institucionalizado. Uno indaga en los sectores populares y el otro en las capas altas. Sin embargo, ambas investigaciones tienen puntos de contacto, en tanto, el querer conocer a los públicos, su vínculo con la cultura masiva, e indagar en los tipos de consumo que predominan. Siendo consciente de las limitaciones de su estudio Gijaba afirma: "es indispensable para una consideración de la pregunta el análisis histórico del problema, tanto en lo que concierne al desarrollo de la cultura de la época moderna, como específicamente, al desarrollo cultural en nuestro país. Por otra parte, también es indispensable un análisis del producto cultural mismo, de su alcance a sectores diversos de la población, de las formas en que es integrado en el contexto cultural y social total" (p. 104).

Reconocimiento

En la actualidad no es frecuente encontrar investigaciones que se acerquen al análisis de los medios de comunicación y sus públicos a partir de lecturas dicotómicas, las preguntas y/o afirmaciones no giran en torno a si la televisión es "buena o mala". Quizá por ello resulta indispensable recordar el contexto histórico en el que Gibaja realizó la

investigación. En los años 60 se produce el segundo proceso de urbanización y crecimiento de las clases medias urbanas, que deriva en un cambio cualitativo del público. La presencia de la cultura adquiere un carácter distinto: "los nuevos semanarios de los años 60 saturan sus secciones fijas con un nuevo recorte que tiende a priorizar estéticas, autores, movimientos, líneas u obras más características del impulso renovador y modernizador de la época" (Rivera, 1995, pp. 97-98). Proliferan las revistas culturales, como una de las características reconocidas del funcionamiento del campo intelectual y cultural. La televisión era el "nuevo medio", en 1960 existían 800.000 receptores y comienzan a transmitir las televisoras privadas en Capital Federal, Córdoba, Mar del Plata y Mendoza. A la televisión se le demanda exigencias estéticas vinculadas con los valores artísticos desde la tradición del cine, la literatura y el teatro (Varela, 2005). Las revistas *Confirmado, Primera Plana,* y *Análisis* son ilustrativas de la tensión entre la atracción por el medio y la perspectiva estética vinculada a la cultura de elite que le imposibilitaba legitimarlo como espectáculo de masas. Esta tensión aparece reiteradamente en la investigación de Gibaja:

> También en los sectores artísticos se presta atención a los medios de difusión y no sólo, por ejemplo, al periodismo "serio", sino aún a la televisión, el más nuevo y aparentemente, menos prestigioso de ellos (pp. 8-9).
> Los optimistas ven en el desarrollo de la educación y la difusión, los modos de acceso a la cultura de los sectores antes inhibidos; los pesimistas advierten sobre la amenaza que significa para la cultura la tentación constante del mercado del entretenimiento y el despojo de la obra de arte cuando se difunde en el contexto de lo consumible (p. 14).
> Poseer un televisor no va asociado a ser adicto a la televisión. Indudablemente dado el bajo prestigio que la televisión tiene en los ambientes cultos, algunas respuestas pueden ser sospechadas de faltas de veracidad (p. 62).
> El supuesto detrás de esta pregunta residía en la idea, generalizada a través de algunos trabajos teóricos especialmente, de que la televisión es el medio de comunicación de masas

> que más contribuye a anular la capacidad crítica y selectiva del televidente y, por otra parte, disminuye la comunicación familiar (p. 70).
> Tanto las posiciones optimistas como las pesimistas, pueden encontrar apoyo en los datos que se han analizado para sostener sus respectivos puntos de vista, lo cual indica que estos datos no son suficientes para responder al problema (p. 104).

De las diversas perspectivas de investigación del campo comunicacional, una de las que tuvo mayor continuidad y desarrollo ha sido los estudios en recepción. Lo que en la década de 1960 / 1970 aparece como un antecedente no dominante en la constitución del campo, ya en las décadas posteriores devienen en tema de preocupación y ocupación por parte del campo académico. En los 80 comienza a desplazarse la preocupación hacia la instancia de recepción y en la década de 1990 el consumo y la recepción se convierte en uno de las preocupaciones dominantes del campo académico comunicacional (García Canlini, 1994; Piccini, 1993, Landi, Quevedo y Vacchieri, 1992; Terrero, 1997; Mata, 1997; Grimson y Varela, 1999, entre otros). Actualmente existe un amplio abanico de trabajos que se ocupan de reflexionar en torno a los conceptos y definiciones (Jacks, 2011, Saintout y Ferrante: 2006, Grillo, Papalini y Benítez Largui, 2016, entre otros). Diversos autores/as plantean la polisemia de sentido en torno al consumo y a la recepción, lo que acarrea que en muchas ocasiones se los use indistintamente (Jacks, 2011; Grillo, Papalini y Benítez Largui, 2016). Así también en la actualidad los análisis sobre consumos indagan en nuevos soportes y formatos vinculados con los dispositivos electrónicos y las redes sociales digitales.

En la introducción del libro la autora menciona que "los resultados deberán considerarse más como un aporte para análisis ulteriores sobre este proceso en nuestra sociedad que como datos de interés en sí mismos" (p. 8). Da cuenta del carácter exploratorio del trabajo. Efectivamente, a partir de dicha encuesta es que se han replicado otras investigaciones de este tipo a lo largo de los años.

> En este artículo se aplicó una encuesta al público de arte con el objetivo de describir sus características personales, económicas, sociales y culturales, las motivaciones que determinan su concurrencia y sus relaciones con los artistas. Los resultados fueron comparados con los datos elaborados por Marta Slemenson y Germán Kratochwill (1967) sobre el público de arte del Di Tella en base al modelo que Regina Gibaja (1964) aplicó al estudio de los visitantes del Museo Nacional de Bellas Artes (Krochmalny, 2017, p. 1).
> Repetimos en esa ocasión un cuestionario similar al empleado por Gibaja, con un mayor énfasis en conocer la posición socioeconómica de los asistentes al Museo mediante indicadores tales como ocupación, propiedad de la vivienda, barrio de residencia, lugar de nacimiento, posesión de automóvil, etc. (Lorenzano, 1998, p. 2).

Así también el libro ha tenido reconocimiento, por parte del campo académico de la comunicación por ser es pionero de los estudios de los públicos y los medios masivos. En el artículo "Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina", Grimson y Varela destacan el trabajo de Gibaja y mencionan que la investigación: "deja un triple testimonio de época: contrastes culturales históricos (sólo un 22% decía observar televisión todos los días); crítica del sentido común ("aun en el público de la cultura de élite la cultura de masas tiene una fuerte impacto"); la recepción de la televisión y los medios masivos en los ambientes de la nueva ´sociología científica´" (p. 155).

También en el libro *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina Contemporánea* (2016), coordinado por Grillo, Papalini y Benítez Largui –cuyo objetivo es indagar en las producciones académicas sobre Consumos Culturales en la Argentina en el período 2000-2012–, en la reconstrucción de los antecedentes en los estudios en recepción y consumo destacan los aportes de Gibaja en tanto:

> el desarrollo de los estudios de público de museos en la Argentina en general se basó en metodologías cuantitativas,

> casi siempre a partir de encuestas a los visitantes, siguiendo la línea marcada por el trabajo de Regina Gibaja, aunque en general sin su alcance y ambición teórica. Sin embargo, a partir de fines de la década de 1990 aparecieron algunas iniciativas novedosas que incorporaban nuevas perspectivas teóricas y metodológicas (Papalini y Moguillansky, 2016, p. 95).

También destacan como antecedente de otras encuestas sobre consumos culturales el trabajo de Gibaja "en cuanto a los estudios cuantitativos sobre la lectura, el antecedente destacado es la encuesta coordinada y analizada por Regina Gibaja (1964), presentada en el libro *El público de arte*, que encuentra actualización y continuidad en "Públicos y consumos culturales de Buenos Aires" de Oscar Landi, Ariana Vacchieri y Luis Alberto Quevedo (1990: 42-61) (Papalini y Rovetto, 2016, p. 148).

A sesenta años de la investigación sobre los públicos y a cincuenta y siete años de la publicación del libro el trabajo de Gibaja resulta un antecedente pionero en un tema inexplorado en aquel entonces.

El público de arte (1964)

Reproducimos fragmentos del libro.

> Una de las tesis generales que ha encontrado apoyo en numerosas investigaciones, en los Estados Unidos[18] sostiene que la conducta cultural es coherente, entendiendo por esto una tendencia a que la gente prefiera, en los distintos sectores de la comunicación, manifestaciones del mismo "nivel". Según este supuesto, las actitudes y opiniones frente a las comunicaciones deberían alinearse a lo largo de los distintos niveles de expresión cultural, de modo tal que las preferencias por ciertas manifestaciones de la cultura superior se correlacionan

18 Ver, por ejemplo, LAZARFELD y KENDALL, *Radio listening in America*. New York, Prentice Hall, 1948.

con determinadas actitudes críticas frente a la cultura popular. A su vez, dentro de ésta, las alineaciones deberían producirse diferenciando distintos niveles de excelencia.
Aun cuando en nuestra muestra, las preferencias están fuertemente uniformadas, dado que se trata de un público de una expresión cultural superior, se puede esperar encontrar apoyo para la tesis enunciada. En primer lugar, las personas que han sido diferenciadas por su "interés" en la exposición, deberían mostrar coherentemente un mayor interés en las restantes manifestaciones culturales superiores y menos en las manifestaciones culturales transmitidas masivamente, que el resto del público.
En segundo lugar, puede esperarse que exista correlación interna entre la frecuencia con que se asiste a las manifestaciones culturales superiores, por una parte, y entre la atención y el interés por los medios de comunicación de masas, por la otra. En tercer lugar, es probable que exista una correlación negativa, entre el interés por las manifestaciones culturales superiores y la atención a las comunicaciones masivas (Pp. 89-90) […]
Los datos analizados confirman la hipótesis general según la cual la conducta cultural tiende a ser coherente[19].
El interés en una exposición de arte vanguardista se correlaciona con la mayor atención a expresiones culturales de nivel superior. Si bien en algunos casos las diferencias son pequeñas, debe observarse que aquellos que no han sido categorizados como "interesados", de todos modos, no pueden considerarse como totalmente opuestos en sus características culturales al grupo "interesados". Que, no obstante, existan diferencias, apoya aún más la tesis.
Las correlaciones con los medios de comunicación de masas obligan a hacer diferencias de nivel entre éstos. Por un lado, se ha considerado la lectura de diarios como un indicador de alto nivel de cultura y por el otro, la atención a la TV, como indicador de preferencias por la cultura masiva. El cine es un caso especial cuya consideración adecuada requeriría un

---

19 No se ha mostrado la correlación entre todas las pautas de conducta cultural y la atención a los medios masivos, por razones de espacio y por no hacer más penosa la lectura de este informe. Debe señalarse, sin embargo, que las tendencias observadas se mantienen en general, para las restantes variables.

análisis por el tipo de cine preferido. El cine nacional también presenta problemas especiales. Mientras la atención al cine en general, no diferencia entre los subgrupos considerados, es evidente que las actitudes frente al cine nacional son más favorables entre los "interesados". Se trata aquí, indudablemente, del interés por una expresión nueva del cine nacional, la cual, aunque merece críticas de la mayoría de la muestra, suscita el interés y la concurrencia de aquellos grupos que tienen comportamientos culturales de standard más alto.
La coherencia en la conducta es igualmente clara, cuando se correlaciona la frecuencia en la asistencia a las manifestaciones culturales superiores o cuando éstas se cruzan con manifestaciones típicas de la cultura de masas. (P. 90). [...]
En tercer lugar, y pese a la coherencia en el comportamiento cultural que hemos señalado, es indudable que los medios de comunicación de masas y sus contenidos, penetran al público de la cultura superior. Aquí deben hacerse dos distinciones. Cuando la educación o el compromiso con lo artístico es mayor esta penetración disminuye. También disminuye cuando se pasa de la adolescencia a los grupos adultos. Además, la penetración tiene dos niveles distintos: este público selecciona, de entre los medios de comunicación, aquellos cuyos standares son más altos y hace una nueva selección dentro de los contenidos de cada medio, de tal modo que, aun cuando presta una atención relativamente alta a los medios de comunicación de masas, trata de adecuar lo que recibe de éstos a su restante conducta cultural. De este modo elige de los diarios los más serios, de las revistas las políticas y las artísticas; de la radio la música, y de la TV las audiciones informativas. Sin embargo, descontando las observaciones señaladas antes, subsiste el hecho de que, sobre las 256 personas que compusieron esta muestra, 64 mencionan revistas femeninas y fotonovelas entre las revistas que prefieren; 16 mencionan la sección policial y 14 la deportiva, como una de las dos secciones del diario que leen con más interés, 84 personas dicen observar la televisión una hora, dos, tres o más por día; 57 prefieren los "shows" y las variedades en general, entre las audiciones de televisión; 52 sobre 232 dicen que la televisión en nuestro país es buena o está progresando. Estos datos, seleccionados un poco arbitrariamente,

parecerían indicar que aun en el público de la cultura de élite, la cultura de masas tiene un fuerte impacto. (Pp. 103-104).

Referencias bibliográficas

Carli, S. (2018). Del legado reformista a la lucha por la liberación nacional. La participación de mujeres en el movimiento estudiantil de Buenos Aires entre 1950 y 1966. Revista *IICE,* 67 – 79.

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.

Gibaja, R. (1964). *El público de arte*. Buenos Aires: Eudeba.

Gibaja, R. (1954). La mujer: un mito porteño. Revista *Contorno,* 10-11.

Gibaja, R. (1996). *La cultura en la escuela. Creencias pedagógicas y estilo de enseñanza.* Buenos Aires: Aique.

Gibaja, R. (1993). *El tiempo instructivo.* Buenos Aires: Aique.

Gibaja, R. y Eichlbaum de Babini, A. M. *La educación en la Argentina.* Buenos Aires: La colmena.

Grillo, M. (2002). Recordando a Perla. Recuperado de: https://bit.ly/3jHliTJ

Grillo, M., Papalini, V. y Benítez Largui, S. (2016). *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea.* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO.

Grimson, A. y Varela, M. (1999). *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre la televisión*. Buenos Aires: Eudeba.

Grimson, A. y Varela, M. (2002). Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina. En: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela, 153-166.

Jacks, N. (2011). *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito: Editorial Quipus.

Krochmalny, S. (2017). La cofradía estética: el público de arte contemporáneo en Buenos Aires. Revisa *Prácticas de Oficio*, V. 2 N° 18, 1 – 15.

Landi, O., Vacchieri, A., Quevedo, L. A. (1990). Públicos y consumos culturales de Buenos Aires. Buenos Aires: Cedes.

Lorenzano, César. (1998). El público de arte treinta años después. Ponencia presentada en las Jornadas de Sociología.

Mata, M. C. (1997). *Públicos y Consumos Culturales en Córdoba*. Córdoba: Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba

Piccini, M. (1993). La sociedad de los espectadores. Notas sobre algunas teorías de la recepción. *Versión, estudios de Comunicación y Política*, 3, 13-34.

Prieto, A. (1956). *Sociología del público argentino.* Buenos Aires: Leviatán.

Rivera, J. (1995). *El periodismo cultural.* Buenos Aires: Paidós.

Saintout, F. y Ferrante, N. (Comps.). (2006). *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público*. Buenos Aires: La Crujía

Terrero, P. (1997). Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada. En Revista *Diálogos*, N° 49, FELAFACS, Lima, 78-87.

Varela, M. (2005). *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969.* Buenos Aires: Edhasa.

Verón, E. (1995). Investigación, semiología y comunicación: del estructuralismo al análisis en producción. *Revista Causas y Azares*, N° 3, 7-23.

Lisa Block de Behar

Lisa Block de Behar (Uruguay, 1937) egresa del Instituto de Profesores "Artigas" (IPA) como profesora de lengua en 1960, trabaja como docente del nivel secundario y en el profesorado. A esa etapa, con la impronta de la lingüística y la primera semiología, pertenece *Análisis de una crisis del lenguaje* (1969). En este ensayo, Block se propone analizar la "insurrección lingüística" (p.11), la "irreverencia agresiva por las convenciones literarias más respetables" (p. 12) en las obras de una serie de autores latinoamericanos: Jorge Luis Borges, Julio Cortázar, Carlos Fuentes, Guillermo Cabrera lnfante, José Lezama Lima, Juan Rulfo y Gabriel García Márquez. Entre sus lecturas teóricas se destaca Roland Barthes con *El grado cero de la escritura* (1953), Umberto Eco con *Obra abierta* (1962) y Roman Jakobson, por el concepto de *literaturidad* en *Ensayos de lingüística general* (1963).

La autora parte de una reflexión crítica sobre el "compromiso" sartreano. En una época de "politización avasallante" (p. 18), y contra la separación entre la obra y la intervención social, reivindica la tarea del escritor con su materia específica: la lengua. De allí que hable de "la revolución en las letras" que ataca "la tradición artística que institucionaliza con las únicas armas que puede utilizar y que necesariamente son también literarias: el lenguaje y la estructura de las obras" (p. 20) A partir de estas consideraciones, precisa su objeto: analizar los procedimientos de humor o comicidad que se producen "al violentar los clisés en forma inesperada y repentina" (p. 45). Block se propone sistematizar tales procedimientos, por caso, el uso del oxímoron en Borges, la "deslexicalicación" aplicada a frases comunes o el empleo de la dilogía en Cabrera Infante, las transposiciones de la oralidad en Cortázar, entre otros.

Aquí se cifran varios nudos en relación con su obra posterior: su interés por las figuras de la retórica y el lenguaje como objeto de estudio, su preocupación por los lugares comunes y las formas de su desarticulación, su persistente reflexión sobre la literatura (y el arte) en tensión con la industria cultural.

En 1951, se establece en Montevideo el lingüista rumano Eugenio Coseriu quien crea el Departamento de Lingüística y la cátedra de Lingüística General e Indoeuropea, dependiente de la Universidad de la República. También dicta clases en el IPA. Según González Constanzo (1998), fue además quien introdujo los primeros conocimientos sobre semiótica, a partir del espacio que dedicaba "a las aperturas y aportes que se observan en la obra de Ferdinand de Saussure". Asimismo, Álvarez (1998) cita como parte de ese momento de emergencia, entre fines de los años sesenta y principios de los setenta, la publicación de dos revistas: *Relaciones* y *Maldoror, revista de la ciudad de Montevideo,* de la que formó parte Block[20] .

En 1972 viaja a París donde establece por primera vez contacto con Gérard Genette a quien le propone un proyecto de investigación de doctorado bajo su dirección, que por razones personales deberá retomar más tarde.

Forma parte de esta etapa inicial, *El lenguaje de la publicidad* (1973), un trabajo pionero en el que se propone "realizar una aproximación a la neología en general, pero, a medida que se fueron registrando y clasificando los materiales, el estudio derivó –guiado por la fuerza temática inherente a la organización del inventario– hacia el lenguaje de la publicidad" (p. 19).

---

20 No pudimos acceder a la primera revista, pero en el sitio *Anáforas* figura la colección completa de *Maldoror*, una revista cultural que comenzó escrita en francés y en castellano, fundada en 1967 y cuyo último número en archivo es de 2015. Block de Behar integra el Consejo Editor a partir de 1978 y colabora con artículos sobre literatura, cine, teatro, donde pone en juego sus lecturas de lingüística, semiótica y teoría literaria.

El lenguaje de la publicidad conecta con un movimiento mayor de desplazamiento de la lingüística hacia el análisis de los discursos de la cultura de masas. El libro da cuenta de sus primeras lecturas de Roland Barthes: *Mitologías* (1957) y *Crítica y verdad* (1973), de Roman Jakobson: *Ensayos de lingüística general* (1963), de Gillo Dorfles: *Símbolo, comunicación y consumo* (1967), de Umberto Eco *Apocalípticos e integrados* (1968), de Herbert Marcuse: *Un ensayo sobre la liberación* (1969), entre otros. Sin embargo, es al mismo tiempo un texto excéntrico en relación con los estudios latinoamericanos de aquel período.

La primera semiología y estructuralismo en Argentina y en Chile operaron sobre una doble clave: una general, la teoría de la dependencia, a partir de la cual se pensaba no sólo la producción y las prácticas científicas de los países periféricos sino también la circulación de productos culturales que introducían creencias y valores de los países imperialistas. Otra más particular: desde lecturas compartidas (Barthes, otra vez), las investigaciones se proponían develar la ideología (como ocultamiento o como dimensión de los discursos) a través de un análisis discursivo de los mensajes masivos[21]. Sin embargo, Block no dialoga con estas producciones contemporáneas. Por un lado, porque no analiza el discurso publicitario desde el concepto de imperialismo cultural. Cuando reconoce la inclusión de voces extranjeras en el lenguaje publicitario, se limita a identificar diversos grados de influencia y penetración:

> Si bien el análisis se limita a observar el fenómeno desde nuestra perspectiva lingüística, la parcialidad adoptada no quiere decir que se desconozcan o consideren prescindibles las atinadas observaciones relativas a las influencias –indecibles o expresas– que se ejercen por medio de la publicidad y su lenguaje, desde y hacia el extranjero. Al contrario, se da por descontado que la penetración de esta influencia se ha

21 Véanse los capítulos dedicados a Beatriz Sarlo, Margarita Zires, Michèle Mattelart y Mabel Piccini, como exponentes de esta perspectiva.

> afianzado y extendido tanto como para que las gravitaciones sociales, económicas, políticas y culturales que involucra, condicionen permanentemente el propio hecho lingüístico, el que acusará, además, en forma explícita, distintos grados de esa penetración (p. 139).

Tal "penetración" que "se da por descontada" se traduce luego como una "interacción permanente entre culturas, manifestada por la reciprocidad de influencias entre distintas lenguas contemporáneas, se apruebe o no", para concluir que "además sería utópico pretender el aislamiento cultural (el lingüístico incluido) de un pueblo". (p. 141).

Por otro lado, porque la autora propone un análisis lingüístico, en el campo de la neología, para develar los mecanismos de innovación léxica del lenguaje publicitario –que sobrepasan en cantidad a los de otros lenguajes como los literarios– y sus significados culturales. Esto es, no indaga sobre los significados ideológicos de la publicidad.

> El lenguaje de la publicidad ha cobrado una especificidad tal que, distinguido por aspectos peculiares de orden léxico morfológico, sintáctico y fonológico, corresponde consignarle autonomía suficiente como para deslindarlo de otras formas de expresión lingüística. Transformación de palabras, voces ajenas, términos abstrusos, derivación y composición nada paradigmáticas, basadas en raíces heteróclitas, sintaxis heterogéneas, un fonetismo que registra entonación, acentos y fonemas pronunciados con intención apelativa o impresiva (p. 25).

Block plantea que el lenguaje publicitario presenta una tensión entre la novedad y la repetición. En primer lugar, porque la publicidad debe promocionar objetos o bienes de consumo siempre novedosos (incluso y, sobre todo, cuando ya existen en el mercado). Al introducir y multiplicar la novedad, "ella misma se desgasta" (p. 32). En segundo lugar, porque la innovación no hace más que ocultar la eterna repetición de los lugares comunes que el lenguaje publicitario ratifica. En ese sentido, la caracterización de

la publicidad como *midcult* constituye uno de sus aportes más interesantes: cuando toma los procedimientos de la vanguardia artística, éstos ya están ampliamente divulgados y se reutilizan solo para provocar una reiteración de efectos (ver abajo el fragmento seleccionado).

A partir de ese eje organizador, examinará la singularidad del nombre propio y los sucesivos pasajes que alteran ese nombre desde el lanzamiento del producto hasta su consolidación entre el público (por caso, del nombre propio al común, a través de la figura de la antonomasia), las variaciones de un lenguaje tautológico (desde la repetición del anuncio por todos los medios de masas, pasando por las repeticiones disimuladas o sinonimias, las formas de la preterición y las nominalizaciones hasta las construcciones especulares: "Carve es Carve"), el auge de los neologismos y de las falsas etimologías (a través de procedimientos de prefijación, sufijación, composición o síntesis), la inclusión de las voces extranjeras (que proyectan las connotaciones de nacionalidad sobre los productos), las transcripciones (todos los juegos tipográficos que semantizan las grafías) y las frases hechas sorprendentes (falsos adagios, eslóganes que derivan títulos de obras literarias o cinematográficas, recuperación de expresiones lexicalizadas).

En este último caso, la publicidad recurre constantemente a una enciclopedia común, a la que Block denomina "comunidad de referencias". También aquí advierte la tensión entre la repetición y la novedad.

> Aunque parezca paradójico, la popularidad de las frases hechas, las más difundidas, las más arraigadas, administradas con iniciativa y habilidad, prestan el conocimiento compartido más apto para producir esa sorprendente imprevisibilidad que persigue toda acción en publicidad (p. 163).

A la luz del recorrido de las obras relevadas, tal tensión parece revelarse como una paradoja ineludible de nuestra cultura de masas.

Retórica del silencio

En 1983 retoma su proyecto doctoral y defiende su tesis "Une rhétorique du silence. Sur les fonctions du lecteur et les procédés de la lecture littéraire" (*Una retórica del silencio. Funciones del lector y procedimientos de la lectura literaria),* que se publica al año siguiente en castellano y que será su obra más reconocida.

En principio, la autora establece una serie de "exclusiones necesarias", aquello que no va a tratar. Refiere al silencio como rasgo de la experiencia literaria moderna –de Flaubert en adelante– que es al mismo tiempo una protesta contra la trivialidad, los estereotipos, los automatismos del lenguaje. Al silencio como medio y como referente –en la obra de John Cage o en Kazimir Malévich; al silencio de los otros (el "ninguneo"); al silencio final de Arthur Rimbaud, que abandona la escritura, o de Theodor Adorno cuando declara la imposibilidad de hacer poesía después de Auschwitz; al silencio presente, obligatorio, que impone la situación política uruguaya (en el momento de escribir este ensayo, bajo la dictadura militar).

Su propósito es otro: "aplicar aquí la retórica al estudio de algunos mecanismos de la lectura, en tanto que actividad literaria productiva" (p. 28). Block expone una genealogía de estudios sobre la recepción estética que fija sus antecedentes y determinará sus influencias en las obras de Genette (de hecho, a él le atribuye la frase "la literatura es una retórica del silencio"), a Umberto Eco y, sobre todo, a Hans Robert Jauss y la Escuela de Constanza.

Según Block, el interés por la recepción, que forma parte de un giro en los estudios de las teorías literarias y de los estudios comunicacionales en los años ochenta, se debe "al incremento desbordante que han adquirido en las últimas décadas las comunicaciones de masas y las derivaciones de su serialización tecnológica" (p. 38). En otras palabras, cuando el receptor desaparece disimulado en la

multitud, paradójicamente las investigaciones se disponen a observarlos.

Por sucesivas aproximaciones, la autora repasa las teorías en torno al lector en la obra: virtual, ideal, modelo, implicado. Y repasa sus distintas figuras y definiciones como "e-lector", el que selecciona, realiza su antología personal, segmenta, traza recorridos discontinuos, vuelve actual al texto, lo trae al presente "realizándolo vez por vez" (p. 70).

El cuento *Pierre Menard, autor del Quijote*, de Jorge Luis Borges, será el ejemplo ideal para ilustrar la actividad del lector como escritor y de la lectura como una permanente reactualización de una obra a partir de los nuevos "horizontes de espera" como condiciones de recepción. Sobre ese cuento, Block volverá de manera insistente también en otros libros y artículos: allí, en ese espacio transtextual que configura el relato, advierte una tensión clave: "la vigencia del texto resulta de las tendencias dialécticas que se establecen entre […] lo que permanece y lo que se interpreta, entre lo que se dice y lo que se calla o, mejor dicho, entre lo que se dice y lo que se quiere decir, pero que no se dice" (p. 189).

Tras años como profesora visitante en universidades europeas, regresa a Montevideo para desempeñarse como profesora, primero, de Semiótica en la Facultad de Derecho. En 1985 se crea la carrera de Ciencias de la Comunicación, que dirigirá entre 1996 y 1999, y se abre un proceso de institucionalización de los estudios semióticos que tiene a Block de Behar como protagonista. Funda la cátedra de Semiótica, que luego reformulará su nombre y ampliará su perspectiva como *Semiótica y Teoría de la Interpretación.* En ese mismo año, se constituye la Asociación Uruguaya de Estudios Semióticos, que la tendrá como presidenta.

En esta etapa, sus ensayos más directamente relacionados con el campo de la comunicación (dejamos de lado, con cierta arbitrariedad, aquellos que integrarían espacios como el de la teoría literaria o la crítica cultural) abordan una serie de temas y problemas –en torno al lenguaje, la

literatura, el cine y los medios en general– que seguirán siendo recurrentes. Destacamos, en particular, su perspectiva sobre la industria cultural. Si bien no forma parte central de su sistema de lecturas (y de citas), su concepción de los medios masivos es notoriamente frankurtiana. O, si se prefiere, apocalíptica.

Ya en *Una retórica del silencio* (1984) escribe: "El universo de medios masivos y la consecuente desaparición del individuo en la multitud coincide llamativamente con el aniquilamiento concentracionario en una misma época" (p. 39).

En *Dos medios entre dos medios* (1990) agrega:

> A pesar del escrúpulo en reincidir en consideraciones que los escritos del siglo han multiplicado, conviene volver a plantear diversos aspectos relativos a las facilidades de manipulación, las maniobras que ejercen y a las que se prestan los medios, el exceso de conocimientos superficiales y la confusión consecutiva, el deterioro cada vez más alarmante derivado de la llamada "industria cultural", sobre cuya extensión y gravedad no previeron suficientemente quienes –entre las dos guerras– se preocuparon por formular las primeras teorías acerca de las consecuencias de la reproducción mecánica y los procesos de destrucción del aura (p. 142).

Y, para no abundar, en *Medios, pantallas y otros lugares comunes* (2009) apela al situacionista Guy Debord para caracterizar que "la tecnología ha pantallizado el mundo, transformándolo en un parque multimediático trivial y espectacular a la vez" (p. 135). Frente a tales imposiciones totalitarias que denuncia con insistencia, la autora contrapone la imaginación de los lenguajes artísticos, la singularidad de la obra frente a la serialización, la recuperación de la palabra y de la teoría.

> A pesar de la avanzada disolución mediática que, respondiendo a las estrategias de la seducción totalitaria, sigue desvaneciendo el sentido, acelerando la depredación referencial, arriesgando los escasos vestigios de esta dudosa realidad en

> fuga, a pesar de tanta indiferencia, emerge el deseo de decir. Se trata de querer decir, por medio de un lenguaje que afirma además de la voluntad de decir, un querer y, en el ademán de ese afecto, se decide la posibilidad de significar (1994, p. 15).

Su obra podría inscribirse antes que, en la teoría y crítica de medios, en la teoría y crítica cultural. Paradójicamente (o no tanto), las recusaciones al "establishment de la crítica cultural" en su país conforman un tópico de sus últimos trabajos. Basta apenas una muestra polémica:

> Las mismas personas […] ocupan las distintas columnas culturales en varios periódicos distintos, los mismos que se hacen cargo de departamentos y direcciones culturales, quienes integran jurados de prensa, de cátedras dudosamente universitarias, de premios municipales, ministeriales, nacionales, de embajadas, de bancos y particulares, concursos que convocan y fallan, capitalizando expectativas, a veces antes de que la convocatoria se haga pública. (1990, p. 159)[22] .

Desde 2004, Lisa Block de Behar es la responsable del *Equipo Anáforas*, un sitio web que, en la actualidad, incluye una biblioteca digital de autores uruguayos (donde se reúnen textos, imágenes, entrevistas y producciones literarias o periodísticas), de publicaciones periódicas del Uruguay (desde el siglo XIX hasta 1980) y sobre la obra del pintor Pedro Figari.

---

22 No podemos reconstruir con quiénes discute dentro del campo intelectual uruguayo, porque prácticamente no hay referencias nominales en esas polémicas. Una excepción la encontramos en una nota al pie donde alude a las distintas interpretaciones en torno a la figura de Calibán, desde José Rodó, pasando por Aimé Césaire, hasta Roberto Fernández Retamar. De este último recuerda su retractación sobre las críticas a Borges y cierra la nota con "tal vez pronto reconocerá que también fue injusto con Emir Rodríguez Monegal. Cuestión de tiempos y tempestades" (2009, p. 154, nota 25). Recordemos que el poeta cubano y director de *Casa de las Américas* había impugnado -en cartas intercambiadas en 1965 y 1966- a Rodríguez Monegal por su participación como director de *Mundo Nuevo*, una revista auspiciada por el *Congreso por la Libertad de la Cultura*, una institución de la que se sospechaba que mantenía vínculos con la CIA.

El último texto que relevamos (Block, 2011) fue presentado en un encuentro académico en Montevideo, convocado bajo el título "Del documento a la ficción: la comunicación y sus fraudes", y que tuvo como punto de partida el último film de Orson Wells: *F de Fake.* La autora vuelve allí sobre sus críticas sobre los medios masivos y su asociación con las operaciones del totalitarismo:

> Tanto uno como otro, el fraude y el totalitarismo se valen de los medios de comunicación, que ponen en marcha su maquinaria autoritaria para imponer una verdad fraguada, una verdad a medias que, en la mediosfera (la palabra es tan cacofónica como el referente), en ese mundo de los medios, deviene una verdad única y total. No hay otra. La mentira se sustenta en la verdad, la necesita para hacer su falsedad pasable, como necesita la verdad de sus versiones (p. 24).

Palabras e imágenes fraudulentas, apócrifas, puros simulacros, falaces, aturden al espectador que "ni se cuestiona por qué tiene que tolerar, en su propia casa, las noticias que le asestan incesantes muestras de violencia desde los medios" (p. 17). La autora lanza una pregunta cuya respuesta está en la serie de acontecimientos contemporáneos y globales que menciona a lo largo del artículo: "¿Se expusieron todos los tiempos, como los actuales, a tantas falacias?" (p. 17)[23].

---

23 No podemos dejar de señalar que uno de los últimos ejemplos remite al caso del niño palestino Muhammad al-Durrah. En 2000, la televisión francesa difundió un video donde se ve cómo Muhamad es asesinado por las balas del ejército israelí. Hacia 2004 y 2005, periodistas franceses ponen en duda el video y se abre, efectivamente, un incidente que todavía sigue sin esclarecerse. Más allá de si se trata de un caso de fraude mediático, la vinculación que la autora realiza con el *Dreyfus affaire* es completamente arbitraria, en la medida en que establece una analogía entre la persecución al capitán francés por su condición de judío con una denuncia frente a la política del Estado de Israel.

El lenguaje de la publicidad (1973)

Reproducimos un fragmento de su trabajo

> A propósito de la enorme cantidad de información puntualmente contemporánea que recibe "el hablante de la era visual", Umberto Eco habla de una "pérdida del sentido histórico". "Mientras la información tradicional en su mayor parte era de orden histórico […], la comunicación periodística está fundada en la novedad, el hecho de ayer no es noticia". (Eco, 1968: 98) El tiempo de la comunicación en los medios masivos es el presente, el más efímero, la referencia menos firme que sólo logra asirse en la instantaneidad.
>
> Captar la atención por medio de lo nuevo constituye una razón condicionante del hecho publicitario, la necesidad permanente de cambio sería su valor clave. Por esa versatilidad, absorbe con una celeridad impaciente cuanta variación se produce en el terreno industrial, técnico, científico, artístico, filosófico, político, lingüístico: los productos de cualquier actividad son propicios mientras sustenten la ínsita inconstancia de la publicidad. No sorprende, en consecuencia, que hayamos considerado el neologismo como un rasgo verbal característico del lenguaje publicitario. Observaremos más adelante que la variedad y ubicuidad de la invención lingüística confirman los atributos definitorios asignados al fenómeno dentro del género.
>
> Sin embargo, no debe pensarse que la aprehensión de novedades sea ilimitada. Además de los controles ejercidos por el buen gusto, las costumbres, la exposición de una verdad relativa, se observa cierta forma de prudencia autodefensiva que reprime esta "neomanía". En efecto, pocas veces la expresión publicitaria arriesga la novedad total.
>
> Trata siempre de hacerse eco de alguna vanguardia ideológica, científica, artística, etc.- que haya pasado la prueba de fuego del éxito y se haya impuesto, desde su propio campo, en el interés de la comunidad.
>
> El exceso de originalidad -o aun sólo la originalidad, sin máspuede comprometer tanto la comprensión del mensaje (que es uno de los peligros que no se puede correr) como suscitar el fracaso completo derivado de un planteo sin antecedentes

que perturba al receptor con una situación extraña, para la que no estaba predispuesto.
De ahí que, en general, la creación publicitaria no pueda arrogarse virtudes de verdadera obra de creación original: no le cabe sensibilizar al público, ni despertar en él una visión diferente o descubrir un valor, porque tampoco se ha propuesto extender los límites de sus anteriores experiencias. La distinción que realiza Valéry con respecto a los descubrimientos promovidos por la creación estética entre " … des oeuvres qui sont comme crées par le public (…) et des oeuvres qui, au contraire, tendent à créer leur public…"[24], en una referencia menos estricta podría aplicarse a la relación epigórica que establece el objeto publicitario cuyas características ya fueron aprobadas por el público sometido a sondeos que aventuraron previamente precursores más arriesgados. Una de las funciones estéticas de la publicidad se restringe a la difusión. Según lo considerado, repite formas ya impuestas frente a las que el público no debe realizar otro esfuerzo que el de recordar, de reconocer y afianzar los "motivos" de éxito ya consagrados en otros campos más responsables de la creación. Al incorporar parcialmente las propiedades de realizaciones artísticas ya aceptadas, degrada la experiencia, que podría ser estética, a una experiencia apenas informativa. Pero como tampoco persigue propósitos propiamente informativos, se limita solamente a difundir aquellos elementos elegidos, según un criterio antológico muy utilitario, que sirven no tanto para mostrar e informar como para demostrar, "hacer ver" que se está enterado; un gusto especialmente esnob por adherirse a la moda y por proclamar esa adhesión.
Tomando en cuenta las tres primeras condiciones que Umberto Eco presenta como determinantes de la creación midcult, comprobamos una ajustada coincidencia con el planteo que se viene desarrollando: "1) toma prestados procedimientos de la vanguardia y los adapta para confeccionar un mensaje comprensible y disfrutable por todos; 2) emplea tales procedimientos cuando son ya notorios, divulgados, sabidos, consumados; 3) construye el mensaje como provocación de efectos". (1968: 98)

---

24 "obras que son creadas por el público [...] y obras que, por el contrario, tienden a crear su público".

> De ahí que admitamos que la gestión publicitaria si bien no comparte los fines (la obra de midcult se vende como arte y trata de convencer al lector o contemplador de sus cualidades artísticas) se asimila tanto a su realización que puede considerarse como una manifestación más de ese fenómeno "artístico" de nuestros días que, asumiendo apariencias de rigurosas formas de cultura superior, sólo se propone complacer las veleidades estéticas del público consumidor.
> Y aun cuando se atribuya a la publicidad facultades adecuadas para la difusión de novedades culturales, artísticas, científicas, la información que propaga sólo es proporcionada subsidiariamente, no como fin en sí (instruir al público) sino como medio coadyuvante a sus propios propósitos: aplicar una novedad prestigiosa a la novedad particular (el producto comercial, por ejemplo) que le interesa promover (34-36).

Referencias bibliográficas

Álvarez, M. (1998). La semiótica en Uruguay. *Signa*. *Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 7.

Block de Behar, L. (1969). *Análisis de una crisis del lenguaje.* Montevideo: Editorial Nuestra Tierra.

Block de Behar, L. (1973). *El lenguaje de la publicidad*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Block de Behar, L. (1984). *Una retórica del silencio. Funciones del lector y procedimientos de la lectura literaria*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Block de Behar, L. (1990). *Dos medios entre dos medios (Sobre la representación y sus dualidades).* Buenos Aires: Siglo XXI.

Block de Behar, L. (1992) (coord.) *Christian Metz y la teoría del cine*.Montevideo: Catálogos Versión.

Block de Behar, L. (1994). *Una palabra propiamente dicha.* Buenos Aires: Siglo XXI.

Block de Behar, L. (1997) (coord.). *Escrito sobre el cine*. Montevideo: Universidad de la República.

Block de Behar, L. y Rinesi E. (ed.) (2007). *Cine y totalitarismo.* Buenos Aires: UNQui-La Crujía.

Block de Behar, L. (2009). *Medios, pantallas y otros lugares comunes. Sobre los cambios e intercambios verbales y visuales en tiempos mediáticos*. Montevideo: Katz Editores.

Block de Behar, L. (2011). Variaciones en clave de F: falsificación, falacia, fingimiento farsa, ficción, fascinación, fascismo. En Gustavo Aprea y Agustín Campero (comp.), *Del documento a la ficción: la comunicación y sus fraudes.* Buenos Aires: Imago Mundi.

Block de Behar, L. (2017). El Paraíso es una suerte de biblioteca. Entrevista publicada en el sitio de la Universidad de la República de Uruguay. Recuperado en: https://bit.ly/2UXTgsy

González Costanzo, C. (1998). Uruguay: sendas semióticas. *Signa. Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 7.

Mabel Piccini

Mabel Piccini[25] (Argentina, 1942 – México, 2015) egresa de la Escuela de Letras, dependiente de la Universidad de Córdoba. Viaja a Chile en 1968 y se integra a un grupo de investigación sobre la ideología, la cultura y la cultura de masas, en el Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CEREN), dependiente de la Universidad Católica de Chile, junto con Armand y Michèle Mattelart. De aquellos años, fuera de otras publicaciones sobre literatura latinoamericana[26], son sus trabajos sobre las revistas juveniles "El cerco de las revistas de ídolos" (1970, primera edición) y sobre el papel de los medios durante el lock out de los dueños de camiones "La prensa burguesa, ¿no será más que un tigre de papel?" (1973).

En una trayectoria similar a la de Armand y Michèle Mattelart, Piccini encuentra en la investigación sobre los medios masivos durante el gobierno de la Unidad Popular una vía para la lucha política y cultural. Sus tempranas lecturas remiten al naciente estructuralismo y la semiología (Roland Barthes, Umberto Eco, Eliseo Verón), pero también a la tradición marxista. Armand Mattelart recuerda que, en aquellos años, fue Piccini quien los acercó a la lectura de los Cuadernos de Pasado y Presente¸ la colección dirigida por José Aricó:

> En torno a estos cuadernos, gravitaba un grupo de intelectuales y militantes argentinos, inscritos en el movimiento

25 Una versión de este capítulo está pendiente de publicación en la revista *Mediterránea de Comunicación* (Universidad de Alcalá), en un número cuyo dossier monográfico se titula: "Roles, aportaciones e invisibilidades femeninas en el campo de la investigación en comunicación".

26 Relevamos una publicación sobre la obra de Roberto Arlt (1970) y un estudio introductorio a una novela de Augusto Roa Bastos (1976).

> gramsciano, del que formaba parte mi amigo Héctor Schmucler. Es a través de la investigadora Mabel Piccini, de su misma nacionalidad, perteneciente a nuestro grupo de investigación en el CEREN, que Michèle y yo tomamos conocimiento de estas publicaciones (Mattelart, 2013, p.92).

Junto con Michèle Mattelart, trabaja en el Departamento de guiones en la televisión nacional. En el segundo semestre de 1972, ambas comienzan un estudio sobre la recepción de las series televisivas, en las poblaciones de Santiago, que será publicado en 1974 en la revista Comunicación y Cultura. Tras el golpe militar, debe escapar y vuelve a Córdoba donde integra –según cuenta Adriana Musitano (2015)– el equipo docente del Departamento de Teatro y colabora con el movimiento Canto Popular de Córdoba. Tras el golpe de Estado en Argentina en 1976, emigra a México, donde se instala definitivamente.

Una lectura de sus primeros trabajos

En este apartado nos detendremos en sus trabajos producidos en el *período chileno*. En "El cerco de las revistas de ídolos" (1970), Piccini releva un corpus de las tres principales revistas destinadas a la juventud –las que acaparan el más alto porcentaje de lectores/as y pertenecen a la misma empresa editora[27]– para finalmente concentrar una lectura ideológica sobre una de ellas: *Ritmo de la juventud*.

La autora se propone "determinar la organización implícita de los mensajes" para develar "las ideologías cristalizadas en los medios de comunicación" (p. 181). A partir de la categoría central de *mito*, busca identificar aquellos procedimientos que procuran "modelar una juventud apta

27 Se trata de Lord Cochrane que perteneció a la familia Edwards, dueña a su vez del diario *El Mercurio.*

para la aceptación complaciente y conformista del sistema" (p. 181).

Entre las distintas representaciones juveniles analizadas se destacan, por un lado, aquellas en las que "todo principio de agrupación o de complicidad entre jóvenes es sospechoso" (p. 196), al tiempo que se valora y promueve la mayor integración a la gran familia de la revista. Por el otro, las construcciones de los ídolos populares que, como semidioses, atraviesan una serie de momentos: desde su condición original (solo si formaban parte de los sectores populares), pasando por el salto de clase y sus requisitos (un don natural), hasta la justificación de su nuevo estatuto exitoso a partir del restablecimiento del orden de la voluntad (la perseverancia y el sacrificio).

El eje organizador del trabajo se construye sobre la siguiente estructura binaria: revista abierta/revista cerrada. Piccini destaca cómo la publicación –a través de diversas secciones (de opinión de los lectores, cartas, etc.), de sus interpelaciones a los lectores y de su modo de representar al colectivo de la revista– recrea un "simulacro de microsociedad democrática" (p. 182) y participativa. Como contraparte, la revista se cierra al mundo social, establece un *cerco* cuya transgresión supone desviarse del camino y someterse al sufrimiento y a la infelicidad.

> Más allá de la familia, frente indestructible y monolítico y garantía de lo permanente, está el mundo; esto es, un espacio en blanco el fin de todo sentido. La realidad objetiva, así como la presentan estos mensajes, ha perdido todo su espesor, es simplemente el espacio geográfico donde se desarrollan otras tantas historias individuales, sin conexión entre sí. La vida material y las leyes que la regulan, la naturaleza como desafío a la actividad creadora del hombre, el reino de los antagonismos y las contradicciones aparecen como un mero simulacro, un sueño que no amenaza la irreductible unidad de la armonía familiar (p. 217).

En "La prensa burguesa, ¿no será más que un tigre de papel? Los medios de comunicación de la oposición durante la crisis de octubre de 1972" (1973), junto con Michèle Mattelart, analiza el papel que cumplieron los medios chilenos (el diario *El Mercurio*, pero también las radios y la televisión) como "plataforma privilegiada de lanzamiento de la ofensiva burguesa" (p. 250) a partir de un acontecimiento: el paro patronal de la confederación de camioneros, al que se sumarían amplios sectores de la pequeña burguesía, durante el mes de octubre de 1972, continuando una línea abierta en el mes de diciembre de 1971 con las marchas de las cacerolas.

La tesis central de las autoras es que, en los momentos de crisis o de agudización de la lucha de clases, los medios abandonan sus principios: objetividad, transparencia informativa, independencia de los poderes, representación de la opinión pública. La crisis hace estallar esas mistificaciones.

> Cuando las clases dominantes no están impugnadas en sus intereses, se programa un vacío entre información y acción y es sobre este vacío que opera la prensa burguesa, cuyo objetivo básico es entonces la desorganización de las masas. Ella habla al hombre individual, al individuo segregado de su clase, a la opinión pública concebida como suma de conciencias aisladas, que es la que respalda tácitamente su sistema de dominación. Cuando es acometida en sus intereses, la burguesía necesita movilizar concretamente a la opinión en torno a la defensa de su proyecto de clase (p. 253).

De allí que identifiquen una "línea de masas"[28] (p. 256) de los medios burgueses que se expresa en la conformación de un liderazgo político, en la "practicidad de los mensajes puestos en

28 Esta idea de "línea de masas" es compartida también por Armand Mattelart: "Las alteraciones que la burguesía hizo sufrir a su modelo de comunicación con sus clientelas dependen, en última instancia, de sus alternativas políticas. Aquí, para ilustrar la movilidad del enemigo de clase en la batalla ideológica, trataremos de mostrar cómo la alternativa que eligió la ´línea de masas´ y su órgano periodístico principal, *El Mercurio,* armó progresivamente a su público para desembocar en octubre de 1972 en la explosión del poder gremialista y encauzar su acción sediciosa" (1973, pp. 213-241).

circulación" (p. 252), en la interpelación a los destinatarios inorgánicos para organizarlos en torno al programa de la burguesía y del imperialismo, en la persistencia de ciertos tópicos contra el gobierno de la UP (descalabro económico, ruptura convivencia democrática y amenaza a la libertad de expresión), en definitiva, en su conversión a medios de agitación, propaganda y organización colectiva pero de un frente contrarrevolucionario.

Finalmente, destacamos "La televisión y los sectores populares" (1974), resultado de una investigación que encaró junto con Michèle Mattelart. Sobre la base de 200 encuestas entre los sectores populares residentes en cuatro poblaciones del gran Santiago –con mayor o menor presencia de sectores proletarios o de clases medias, diversos grado de organización y diferentes presencias de agrupaciones políticas–, las autoras se dispusieron a indagar sobre el lugar que ocupa la televisión en su vida cotidiana, los tipos consumos (de prensa gráfica, radio, televisión) discriminados por género y entre los sectores más o menos movilizados, los modos de recepción colectiva de televisión (ante un parque de receptores escaso), las representaciones de los propios consumidores en torno a los efectos positivos o negativos de la televisión.

Con estos tres trabajos se cierra una primera etapa en la trayectoria de Piccini. Si hiciéramos un balance, deberíamos consignar que la autora se constituye en una de las representantes y pioneras del análisis ideológico, al examinar los mitos de las revistas juveniles, o al denunciar desde una lectura político-ideológica la función de los medios de la burguesía chilena bajo el gobierno de Salvador Allende. En consonancia con las problemáticas dominantes de los años setenta en los estudios latinoamericanos de comunicación, estas investigaciones y publicaciones recogen las contribuciones de una semiología en la que convergían la concepción de ideología del marxismo con la metodología de análisis de los lenguajes masivos del estructuralismo. Particularmente reveladora es la apropiación del programa de investigación que Roland Barthes expusiera en *Mitologías*

(1957), un libro de temprana y muy extendida circulación en Latinoamérica, que se proponía "dar cuenta en detalle de la mistificación que transforma la cultura pequeño burguesa en naturaleza universal" (1957, p. 11).

Al mismo tiempo, en estas primeras intervenciones se revela una preocupación por los procesos de recepción[29]. Esto ya está presente en su lectura sobre las revistas juveniles, donde distingue entre las operaciones de manipulación y sus efectos, cuestión que –sugiere– debería investigarse aparte para determinar el impacto de estos medios sobre sus públicos.

Pero sobre todo queda expuesto en el trabajo sobre la recepción televisiva en los sectores populares.[30]

Continuidades y rupturas

Ya en el exilio mexicano, como profesora e investigadora en el Departamento de Educación y Comunicación Social (Universidad Autónoma Metropolitana–Xochimilco), desarrolla una nueva intervención académica. Si bien los intereses de Piccini continúan girando en torno a los procesos de producción social de sentido y de la recepción, a mediados de los años ochenta advertimos un cambio.

En *Medios y estrategias del discurso político* (1982) avanza con un proceso de revisión crítica de las teorías que

29 Contra el tópico de que la problemática de la recepción estuvo ausente en la etapa fundacional del campo de la comunicación en América Latina, esta preocupación revela que una más extendida reflexión se estaba anudando hacia mediados de los setenta. Solo si consideramos a las investigadoras que abordaron los procesos de recepción, podemos mencionar el estudio sobre el público en el Museo de Bellas Artes, de Regina Gibaja (1964); las consideraciones sobre la recepción en la infancia en Paula Wajsman (1974); los planteos sobre los medios masivos como receptores de los sectores sociales que representa, en una investigación de Margarita Zires y Héctor Schmucler (1978).

30 Retomamos el comentario y la relevancia de esta pionera investigación sobre la recepción en el capítulo dedicado a Michèle Mattelart.

hegemonizaron el campo de los estudios latinoamericanos de la comunicación en los años setenta. Tras delinear un modelo teórico y metodológico del análisis discursivo (anclada en la tradición francesa de Michel Pêcheux, pero también Eliseo Verón y Emilio de Ipola) y luego de valorar a las tres principales tendencias de los estudios en América Latina en torno a las estructuras de poder, las formaciones discursivas y la recepción, Piccini señala que es necesario "una reconsideración y un avance" (p. 84). En particular, propone:

> Profundizar –con un sentido estratégico– en las relaciones de poder que con diversas modalidades y formas de ejercicio se manifiestan, en cada coyuntura particular, a través de los distintos espacios que van configurando los procesos comunicativos. No es aventurado señalar que éste es un sesgo recurrente en muchos de los estudios que giran en torno a la cuestión cultural en los países subordinados. Por el contrario, el desafío en la actualidad consistiría, a nuestro juicio, en abrir una perspectiva que permita articular la realidad global de la penetración cultural imperialista con la realidad particular de las formaciones sociales latinoamericanas (1982, p. 85).

Sin embargo, es en *Industrias culturales: transversalidades y regímenes discursivos* (1987) donde identificamos una ruptura teórica de mayor alcance. Piccini va a señalar que "las preguntas relativas al dominio de las comunicaciones son, en la actualidad, más numerosas y consistentes que las conclusiones" (p. 1). Desde una perspectiva postestructuralista (en particular, resuenan los ecos de Michel Foucault y Giles Deleuze), la autora propone una reorganización del campo:

> Este ejercicio de desarticulación gradual de los saberes consagrados –y de las evidencias que los consagran– en la materia que nos ocupa, y en cualquier materia social o cultural que haya sido sometida a los abusos disciplinarios, pone al descubierto muchas de las coartadas con que las disciplinas y sus categorías unificadoras cierran las brechas y tratan de reprimir las amenazas de los sentidos y los acontecimientos dis-

> persos. Intentemos situarnos ahora en otro ángulo de visión y procedamos, progresivamente, por saturaciones incompletas, a reconstruir los objetos, saberes y conceptos erráticos de la comunicación colectiva (p. 5).

La investigación, entonces, debería cambiar su enfoque: en lugar de examinar objetos estables (la televisión, los medios masivos), sistemas o series que se articulan a una totalidad social que opera como determinación o causa (económica, social, política); ahora se trataría de analizar los "espacios de condensación e intersección de redes culturales múltiples", "ámbitos poblados de objetos polimorfos", que construyen y deconstruyen cotidianamente "una pluralidad de voces" que producen las instituciones oficiales pero que también surgen "de las prácticas y los rumores más difusos de la cotidianeidad" (p. 4).

Este núcleo teórico es el que preside *El Desierto de los Espejos* (1987), escrito junto con Raymundo Mier, resultado de un trabajo encomendado por la UNESCO para realizar una investigación sobre televisión y juventud. Contra "el más elemental sentido común", ambos autores se proponen examinar no las relaciones establecidas de antemano (televisión, jóvenes) sino "esa red tejida por la televisión" (Piccini y Mier, 1987, p. 6) que la tiene como centro, pero que es mucho más vasta. Es un "acontecimiento" en el que se cifra un entrecruzamiento de discursos sociales.

La metáfora del entretejido o del tejedor reaparece en una obra posterior *La imagen del tejedor* (1989), donde Piccini se propone analizar la escena cultural mexicana a partir de un estudio sincrónico que le permita identificar "los puntos fuertes y las líneas de fragilidad" (p. 6) a través de los cuales transitan los poderes y otros registros de la vida cotidiana, nada homogéneos.

Esta nueva perspectiva, que aparece en sus trabajos de esos años, conecta con el desplazamiento mayor que está afectando a los estudios latinoamericanos de comunicación en los años ochenta y de manera más extendida

se asocia con el denominado *giro cultural.* De hecho, esos espacios de condensación e intersección de redes culturales, que refiere Piccini, bien pueden ser asociados al concepto de *mediaciones* (Martín Barbero, 1987) o a los procesos de *hibridación* cultural (García Canclini, 1990), conceptos clave y a la vez faro en la etapa de institucionalización del campo de comunicación.

Queremos cerrar esta otra etapa de la trayectoria de Mabel Piccini con una referencia a un trabajo escrito con Ana María Nethol[31], que –hasta donde pudimos relevar– sería la primera *Introducción a la pedagogía de la comunicación*(1984) en América Latina y que desde entonces ha tenido varias reediciones. El libro se estructura en tres partes: una exposición sobre teorías comunicacionales, una revisión crítica del concepto de comunicación sobre la base de las contribuciones de la lingüística y el análisis del discurso y, finalmente, un programa para fundar una pedagogía de la comunicación a partir de los aportes de Jean Piaget y de Paulo Freire. En la primera parte, a cargo de Mabel Piccini, se pasa revista y evalúa a la escuela funcionalista, la teoría frankfurtiana, la economía política crítica, el análisis ideológico y la semiótica.

Recuperaciones críticas

A partir de los años noventa, Piccini define su campo de estudio como "una microecología de la vida cotidiana"

---

31 Si destacamos las intervenciones pioneras de Mabel Piccini en este artículo, otro tanto podríamos hacer con aquellas desplegadas por la profesora e investigadora argentina, Ana María Nethol. Escribió un muy temprano artículo sobre "Lingüística y comunicación social" (1978), en la revista *Comunicación y cultura*, reflexionó sobre pedagogía de la comunicación en este y en otros trabajos, y desplegó una tarea de difusión con sus traducciones de *Teoría de la literatura de los formalistas rusos* (1970) y *Ferdinand de Saussure. Fuentes manuscritas y estudios críticos* (1971), ambos publicados en México, a través de la editorial Siglo XXI.

(1996, p. 33). Hay continuidades también –la cuestión de la recepción–, pero sobre todo recuperaciones de perspectivas críticas que si, de un lado, ponen foco en la desigualdad de los sectores populares, del otro, cuestionan algunas de las categorías clave de los estudios culturales y del consumo que comienzan a hegemonizar los estudios latinoamericanos de comunicación en esa década.

En "La sociedad de los espectadores" (1993), expone críticamente un estado del arte sobre los estudios de recepción y consumo. Insiste en las indefiniciones en torno a los conceptos (efectos, decodificación, apropiación, comunidades hermenéuticas de consumidores) e incluso en relación con la concepción de los sujetos (audiencias, públicos, espectadores, comunidades). Ante tales confusiones, que responden asimismo a la articulación de diferentes disciplinas y teorías, se propone "recomponer algunas vertientes del pensamiento actual sobre las figuras del lector" (p. 16). Traza un recorrido desde la retórica hasta los aportes de Mijail Bajtín, Valentin Voloshinov, Hans Robert Jauss, entre otros, a partir del cual define el texto como "la lectura de la lectura de la lectura, es pregunta y respuesta de respuestas y preguntas anteriores, es, por consiguiente, un momento estructurado y estructurante de la recepción" (p. 22). De allí concluye que la recepción supone una "zona de dispersión", de permanente "flujo semiótico", un "espacio de intertextualidad" en la que operan los flujos del poder y donde las mayorías silenciosas "fijan, en buena medida, un horizonte de posibilidades del decir" (p. 28).

Con estos presupuestos, Piccini realiza un estudio de campo que aborda la vida cotidiana de familias y amas de casa de sectores populares de la ciudad de México, que publica en una serie de trabajos: "La ciudad interior: comunicación a distancia y nuevos estilos culturales" (1994), "Acerca de la comunicación en las grandes ciudades" (1996b), "Culturas de la imagen: los fugaces placeres de la vida cotidiana" (1997) y "El melodrama: de los registros de las pasiones tristes" (2000). Resumamos su argumentación:

a. En las grandes ciudades se advierte un continuo desplazamiento de las fronteras urbanas hacia pueblos y zonas rurales, una de cuyas manifestaciones es la emergencia del suburbio “como submundo de la extrema pobreza y la extrema riqueza” (1996b, p. 29).
b. Así la ciudad pierde su centro, se fragmenta, produce dispersión, cuestión que se expresa en el desplazamiento de los estilos tradicionales de vida en la ciudad a la privatización de la vida cotidiana, entendidas como “prácticas de reclusión en los espacios íntimos y familiares” (1993, p. 3).
c. Las tecnologías de la comunicación cumplen un papel relevante en ese desplazamiento, al producir integración pero también divisiones y subdivisiones en el cuerpo social. La cultura alcanza máxima visibilidad y al mismo tiempo máximo olvido: lo más importante será “lo que se presenta en la pantalla y no lo que se guarda en la memoria” (1996b, p. 36).
d. Las redes audiovisuales son “terminales domésticas”, que conectan al mundo, pero que sobre todo “diagraman con singular eficacia las trayectorias de la vida social de segmentos importantes de la población”. Cumplen “las funciones de relevos de varias dimensiones de la vida en sociedad” (2000, p. 135). Tales terminales domésticas “representan una nueva fase de los equipamientos del poder” (1994, p. 4).
e. Los medios audiovisuales, a través de una sintaxis rutinaria y de recursos discursivos propios de culturas efímeras, favorecen “un repertorio de saberes consagrados” y “residuos de ideologías que forman parte del sentido común y de las ideas dominantes en ciertos sectores urbanos” (1996b, p. 39). Sin otras alternativas (pese a la oferta que se promueven desde las políticas culturales del Estado), los sectores populares participan de un orden cultural que está dominado por los rituales televisivos convencionales.

A partir de estas consideraciones, Piccini insiste en un interrogante clave: "¿Es posible hablar de culturas híbridas (para todos)?" (1997, p. 256). Por lo pronto, la autora pone en entredicho tales conceptualizaciones al retomar la idea de "nuevos estilos de cultura de la pobreza", esto es, cuando recupera el orden de la desigualdad.

En una conversación entre Néstor García Canclini, Raymundo Mier, Margarita Zire y la autora, se abre un debate sobre el concepto de "culturas híbridas". Piccini vuelve sobre el punto:

> Estoy interesada en una discusión sobre estos temas, en especial, porque recientemente se ha vuelto una moda intelectual enfatizar en las llamadas formas de resistencia de los sectores populares frente a los mensajes de los medios de comunicación, o en la variedad de ¨lecturas¨ que pueden realizar los grupos sociales, o en la necesidad de descentrar la idea de una ¨verticalidad del poder¨ en relación con las nuevas tecnologías culturales y prácticas políticas. Sin duda, estas posiciones abrieron nuevos caminos para comprender la vida cultural de grupos y clases en nuestros países, y también para resolver el problema de los conflictos sociales y la dominación. Pero creo que es necesario recordar, en caso de que lo hayamos olvidado, que junto con las nuevas utopías de la democracia, estamos presenciando nuevas formas de dominación, y esa dominación es fundamental para comprender el comportamiento de nuestros sistemas políticos y el ejercicio del poder cultural. […] Estoy interesada en reconsiderar todas estas cosas, situando el surgimiento de culturas híbridas, los sincretismos generalizados, las tecnologías de aislamiento doméstico, la simultaneidad de la información y los contactos culturales, en el marco de los nuevos sistemas de control y dominación en nuestras sociedades (García Canclini, 1995, pp. 83-84).

En uno de sus últimos trabajos, "Tiempo de oscuridad: el rayo que no cesa" (2002), publicado en la revista *Debates*

feministas[32] y dedicado "a la memoria de mis amigos y compañeros torturados y 'desaparecidos' por las dictaduras militares en Argentina y Chile durante la década de los setenta" (p. 21), Piccini ensaya una reflexión sobre la violencia global a partir del atentado a las Torres Gemelas. Allí, sobre la base de las lecturas de Pierre Clastres, Michel Foucault, Carl von Clausewitz y Hannah Arendt, postula que "la guerra es una dimensión constitutiva de esas sociedades" (p. 29), resultado de las "máquinas de domesticación y corrección de conductas" (p. 25) o de las "máquinas colectivas de explotación y exterminio" (p. 28). Su punto de partida es una descripción desalentadora del campo intelectual:

> El esfuerzo de la reflexión se coaguló en términos como la posthistoria, el fin de las ideologías, la apertura ilimitada de los mercados y la de los consumidores y también de los mercados de los sueños. La posmodernidad civilizada celebró –y creo que sigue celebrando-– el desarrollo vertiginoso de las tecnologías audiovisuales como modernos medios de liberación y encuentro de mundos y culturas: a través de ellas podían estallar multiplicidad de racionalidades "locales" para finalmente tomar la palabra y llegar a un encuentro que disipara el aislamiento de pueblos, movimientos sociales, individuos. La idea del pluralismo en acción, también llamada, en teoría, "democracias audiovisuales" y hasta "democracias semióticas" (pp. 21-22).

Como puede advertirse, Piccini cuestiona los presupuestos teóricos que hegemonizaron el campo latinoamericano de la comunicación desde los años ochenta hasta entonces. Las ilusiones tejidas en torno a la condición

---

32 Se trata de una revista académica del Centro de Investigaciones y Estudios de Género de la UNAM, creada en 1990. Mabel Piccini formó parte del Consejo Editorial y publicó varios artículos. En "Desde otro lugar: verdad y sinrazones del feminismo" (1994), interviene en la discusión en torno al "feminismo de la igualdad o feminismo de la diferencia" (p. 273), cuestiona algunas de las certezas que atraviesa el movimiento y postula la necesidad de cambiar "los términos de una realidad falocéntrica sin caer en los esquemas del falocentrismo" (p. 277).

salvífica del mercado, las promesas democratizadoras de las nuevas tecnologías de la comunicación y la salida del consumo como espacio para la construcción de identidades y culturas, derivan en la violencia global que se le presenta a la autora a partir del atentado a las Torres Gemelas y frente al cuadro de crisis que, hacia los dos mil, recorrió toda la región.

Asimismo, interviene en el debate feminista para señalar lo que entiende son sus tareas pendientes, esto es, la necesidad de ampliar la reflexión cultural: "a la búsqueda de ciertas claves que nos permitan entender la persistencia de las culturas del sometimiento y de las modalidades del poder: en este caso, en un lugar que parece subordinado pero que afecta a la especie humana en su conjunto" (p. 41).

La prensa burguesa, ¿no será más que un tigre de papel? (1973)

Reproducimos un fragmento del artículo.

> A nivel de manipulación, cabe preguntarse, ¿cuáles fueron los recursos retóricos utilizados por la prensa de derecha para valorizar positivamente los objetivos del paro patronal y desacreditar correlativamente las fuerzas del Gobierno?, ¿cuáles fueron los personajes de los sectores en pugna, en qué funciones aparecen, con qué atributos?
>
> El rasgo más llamativo en esta tarea manipulativa es la apropiación del concepto de pueblo y todas sus connotaciones para distinguir a los contingentes huelguistas, intentando reproducir en esta tarea un variado espectro social: desde el joven sonriente de Providencia hasta el último campesino de Tomé aparecen por el milagro pluralista de la prensa compartiendo el honor de una portada. De una manera más espectacular —por la manera directa con que golpean— las secuencias fotográficas dan cuenta de la necesidad de acumular presencia popular como un modo de confirmar, un día y otro, que las fuerzas "democráticas" o, de otro modo, que los

patrones, tienen el respaldo de la mayoría. En esta sumatoria de individuos y voluntades solidarias ni los niños ni los ancianos se salvan, aunque son las mujeres y su Instrumento de lucha (en la cocina y en la política) el blanco de la mira, y los "trabajadores", pequeños comerciantes, camioneros, campesinos. ¡Prodigiosa paradoja, El Mercurio convertido en el más prolijo recopilador de los olvidados de siempre!

El inventario de la "resistencia civil" es largo, es la ciudad y el campo, la solidaridad de los gremios y la solidaridad de la ciudadanía: en el centro la olla común de los camioneros, en cualquier página, desde cualquier ángulo, reitera cotidianamente el mensaje de la Insurrección. Una insurrección hecha en nombre del pueblo.

Los atributos de los líderes gremiales: la entereza moral y la serenidad, los de los que paran y solidarizan: el sacrificio y el valor. En el polo opuesto, los sectores de la Unidad Popular son los generadores de la violencia y la agresión: tanto al nivel de las fuerzas del orden como de los contingentes civiles. Cuando dos ciudadanos aparecen trenzados en una pelea callejera está claro —pero por las dudas se lo subraya— que el agresor pertenece a la UP. Al mismo tiempo la derecha no podía dejar de ofrecer testimonio de un importante elemento de cohesión: la tarea represiva de las fuerzas del orden contra las huestes burguesas, o según su versión, el ejército contra el pueblo. ¡Un testimonio del que hasta ahora no podían preciarse!

Desde esta perspectiva que estamos analizando —la de la primera línea de impacto promovida por títulos, diagramación, secuencias fotográficas— es fácilmente perceptible cómo capitalizan el "pueblo" para sí: no hay testimonios del proletariado como fuerza que organiza su práctica cotidiana en torno a la construcción de un orden nuevo; el proletariado ("el pueblo de la izquierda", diría un diario de derecha) es la suma de contingentes inorgánicos preocupados por cercenar las "libertades públicas" y agitados por objetivos de violencia.

Esta mistificación del concepto de pueblo es el resultado de una tarea largamente afinada por los aparatos ideológicos de la burguesía con el objeto de requisar los signos políticos de la izquierda confiriéndoles una significación ajustada a su proyecto específico. Resulta muy evidente esta tendencia a capturar las armas conceptuales del proletariado, que se

> expresarán en la práctica política concreta en la captura de sus armas de lucha: la huelga insurreccional de la burguesía en octubre. Pero, como ya lo hemos advertido, conjuntamente con este robo y esta apropiación de los métodos de lucha del proletariado, la burguesía se asegura sus coartadas: es preciso salvaguardar la fachada institucional; la huelga gremial se legitima, remitiéndola al marco de la legalidad impuesta por los que la rompen. Caracterizado el Gobierno como la fuente del caos, ¿qué otra cosa podría ser el movimiento gremial sino el baluarte de los principios democráticos? (pp. 259-260).

Referencias bibliográficas

García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

García Canclini, N. (1995). *The Hybrid: A Conversation with Margarita Zires, Raymundo Mier, and Mabel Piccini*. En Beverley, J. y otros (ed.), *The Posmodernism Debate in Latin America.* Durham y London: Duke University Press, 77-92

Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.

Mattelart, A. (1973). *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Musitano, A. (31/03/2015). *Falleció Mabel Piccini*. Recuperado de: https://bit.ly/3hzLjl5

Piccini, M. (1970). Los siete locos de Roberto Arlt: un momento de la realidad argentina. *Hispanófila*, 40, 29-43.

Piccini, M. (1976). El cerco de las revistas de ídolos. En Mattelart, A., Piccini, M. y Mattelart, M. (eds.), *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile*. Bs.As.: El Cid Editor, 3, 179-217. Primera edición, publicada en 1970, *CEREN*, 3.

Piccini, M. y Mattelart, M. (1973). La prensa burguesa, ¿no será más que un tigre de papel? *Cuadernos de la Realidad Nacional*, 16, 250-262.

Piccini, M. y Mattelart, M. (1974). La televisión y los sectores populares. *Comunicación y cultura,* 4, 3-75.

Piccini, M. (1976). El trueno entre las hojas y el humanismo revolucionario. En Augusto Roa Bastos, *El trueno entre las hojas*. Buenos Aires: Losada.

Piccini, M. (1982). Medios y estrategias del discurso político, *Connotaciones,* 3, 67-90.

Piccini, M. (1983). Sobre la investigación discursiva, la comunicación y las ideologías, *Cuadernos del TICOM,* 22.

Piccini, M. y Nethol, A. M. (1984). *Introducción a la pedagogía de la comunicación*. México: UAM-Terranova.

Piccini, M. y Mier Garza, R. (1987). *El Desierto de Espejos. Juventud y Televisión en México*. México: Plaza y Valdés Folios.

Piccini, M. (1987). Industrias culturales: transversalidades y regímenes interdiscursivos. *Diá-logos de la Comunicación,* 17, 12-19.

Piccini, M. (ed.) (1989). *La Imagen del Tejedor. Lenguajes y Políticas de la comunicación.* México: FELAPACS/Gustavo Gili.

Piccini, M. (1993). La sociedad de los espectadores. Notas sobre algunas teorías de la recepción. *Versión, Estudios de Comunicación y Política,* 3, 13-34.

Piccini, M. (1994). La ciudad interior: comunicación a distancia y nuevos estilos culturales. *Diá-logos de la Comunicación,* 38, 5-13.

Piccini, M. (1996). Acerca de la comunicación en las grandes ciudades. *Perfiles latinoamericanos,* 9, 25-46.

Piccini, M. (1997a). Culturas de la imagen: los fugaces placeres de la vida cotidiana. *Debate feminista,* 7, 247-277.

Piccini, M. (1997b). Redes urbanas y culturas audiovisuales en la ciudad de México. *Argumentos,* 24, 33-46.

Piccini, M. (2000). El melodrama: de los registros de las pasiones tristes. *Debate feminista,* 21, 131-149.

Piccini, M. (2002). Tiempo de oscuridad: el rayo que no cesa. *Debate feminista,* 25, 21-41.

Beatriz Sarlo

Beatriz Sarlo (Argentina, 1942), se graduó de la carrera de Letras en la Universidad de Buenos Aires (UBA). Su amplia trayectoria intelectual la ubica como una de las escritoras y ensayistas más prolíferas de la Argentina, sin desconocer su amplio itinerario aquí nos ocuparemos de los escritos vinculados específicamente con el campo comunicacional.

En sus comienzos trabajó en el Centro Editor de América Latina, allí junto con Carlos Altamirano dirigieron la colección Biblioteca Total, poniendo en circulación "a muchos de los autores que sirvieron para la construcción metodológica del estudio e investigación de los signos en el entorno social latinoamericano. Algunos de los *best-sellers* de la colección fueron *Saussure y los fundamentos de la lingüística, El análisis estructural, Literatura y sociedad* y*Léxico de lingüística y semiología*" (Colón Zayas, 2015, p. 87). También formó parte del Consejo de redacción de la revista *Los Libros* entre 1971 y 1976. Durante la última dictadura militar en Argentina formó grupos de estudios y en 1978 fundó y fue directora de una de las revistas culturales más reconocidas y que más ha perdurado en el tiempo, hacemos referencia a *Punto de Vista* (1978 – 2008). Post dictadura militar dictó clases en la materia "Literatura argentina II" en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, y en diferentes universidades extranjeras tales como la de Columbia, Berkeley, Maryland, Chicago y Minnesota, entre otras. También realiza diferentes intervenciones en los medios de comunicación, ya sea desde entrevistas a columnas en medios gráficos, audiovisuales y radiales. Ha publicado numerosos artículos y libros, sus temas más recurrentes abarcan una serie diversa de tópicos desde la literatura argentina, la crítica literaria, la historia cultural,

pasando por temas de vanguardia, análisis políticos, cultura urbana y cultura popular, entre otros.

En los años 70 se acerca a las problemáticas del campo comunicacional. Ubicamos dos tempranos artículos publicados en *Los Libros*–una de las revistas también emblemáticas, junto con *Crisis*, *Comunicación y Cultura*, *LENGUAjes,* de las tendencias y novedades del incipiente campo, si bien las últimas dos son específicas del área–. En *Los Libros* publica "Los canales de GAN. Diez días de televisión" (1972) y "Elecciones: cuando la televisión es el escenario" (1973), allí cruza el análisis del audiovisual con la política.

En *Punto de Vista* Sarlo entrevista a Raymond Williams y Richard Hoggart (1979) y publica traducciones de Pierre Bourdieu (1980, 1982), autores que son las lecturas y marcos teóricos del campo comunicacional en los 80[33]. En ese sentido la revista jugó un rol clave en la circulación temprana de estos intelectuales en Argentina. Si bien como la propia Sarlo ha expresado su acercamiento a Williams y Hoggart no estaba en la misma línea de intereses que posteriormente se haría desde el campo comunicacional, ello, sin embargo, no invalida que la temprana circulación de estos autores fuese un componente clave en los nuevos marcos teórico que se desplazaban en el período que se conoce como de institucionalización del campo comunicacional en los 80. En una entrevista, Sarlo menciona que "después del golpe nosotros buscamos un oficio que verdaderamente antes no teníamos, el de historiador y crítico de la literatura. Y a ese oficio entramos vía Williams y vía Hoggart, a partir de *Culture and Society*, *The Long Revolution* y *The uses of Literacy*" (AA.VV., 1997, p. 19). En cuanto a Bourdieu, Sarlo menciona: "lo que nos interesó de Bourdieu fue su crítica a la práctica intelectual: el requisito de que el investigador

33 Uno de los libros emblemáticos de campo en ese período es *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (1987) de Jesús Martín Barbero, allí el autor reconstruye una serie de conceptos y marcos teóricos para analizar los procesos comunicacionales, rescatando precisamente a estos autores, entre otros.

se ponga en primer lugar como objeto y vea cuáles son las condiciones de su práctica" (AA.VV., 1997, p. 20). Por otra parte, también cabe mencionar el interés de Sarlo por autores como Roland Barthes y Walter Benjamin que serán lecturas retomadas por el propio campo comunicacional.

Podríamos trazar un arco de sus preocupaciones sobre el audiovisual y la cultura mediática que se inicia en la revista *Los Libros,* continúa en *Punto de Vista* y permanece hasta la actualidad con una serie de libros. En *Punto de Vista* escribe "Políticas culturales: democracia e innovación" (1988), "Una legislación para los massmedia" (1988), "Basuras culturales, simulacros y políticos" (1990), "La guerra del golfo: representaciones pospolíticas y análisis cultural" (1991), "El audiovisual político" (1991), "La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la Televisión" (1992) y "La democracia mediática y sus límites" (1995). Si bien, la revista se ocupó de un amplio abanico de temas vinculados con la crítica cultural no es un dato menor que Sarlo continuara escribiendo sobre temas de la cultura massmediática, así también en sus libros *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina* (1994), *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo* (1996), *La audacia y el cálculo. Kirchner 2003-2020* (2011) *y La intimidad pública* (2018).

La televisión y la política

Dos artículos de Sarlo publicados en la revista *Los Libros* analizan el vínculo entre la televisión y la política. La televisión, en ese entonces, es uno de los medios de comunicación que más preocupa al incipiente campo comunicacional, por su amplia llegada y lenguaje. El contexto en el que escribe "Los canales del GAN. Diez días de televisión" (1972), se caracteriza por el agotamiento de lo que se autodenominó la "Revolución Argentina", dictadura militar que derrocó a Illía mediante un golpe de Estado. Lanusse, ante tal

agotamiento, llama al Gran Acuerdo Nacional (GAN) que tenía por objetivo un acuerdo, precisamente, entre las diferentes fuerzas políticas para que se restablezcan las elecciones. Sarlo se propone desnaturalizar el discurso del Gran Acuerdo Nacional que circuló por los canales de televisión, analiza un corpus de diez días –entre el martes 30 de mayo y jueves 8 de junio de 1972– de programas de contenido manifiesto de los canales privados, dejando afuera por obvias razones a *Canal 7* (de gestión estatal). Parte de entender que: "los medios son transmisores de cierto tipo de discurso narrativo que informa estructuras ideológicas míticas y, en muchos casos, inconscientes de su funcionamiento e incidencia" (p. 4).

Se propone desnaturalizar la manera en que los canales de televisión privada reproducen el discurso del GAN como salida negociada y conciliación de clases. La autora da cuenta de cómo estos discursos del GAN son funcionales a los intereses de clases, para ello explicita las operaciones discursivas utilizadas: reiteración semántica (redundancia de información), reiteración actancial (redundancia de los sujetos y de los objetos), reiteración funcional (discursos narrativos idénticos u homólogos). También desnaturaliza la propuesta de politización-despolitización que promueven los programas y rescata como caso ilustrativo de despolitización a la telenovela de Alberto Migré *Rolando Rivas taxista.*

> Los diálogos, especialmente los parlamentos de Rolando Rivas, reiteran con asombrosa fidelidad dos temas de la propaganda política del gobierno: 1. "Hoy me di cuenta por primera vez que mi hermano era otro país": segunda lectura posible: la guerrilla sirve una bandera y una ideología extranjera, superpuesta a la primera lectura ingenua: "mi hermano era diferente"; 2. "Cómo pudieron arrastrarlo a esto…Tuvieron que venir cuatro locos para meterle en la cabeza en cuatro días lo que yo no supe enseñarle en 24 años": toda oposición violenta al orden constituido puede provenir de deficiencias en la formación ´moral´ del individuo,

> educación familiar, etc., que son suplidas por una supuesta influencia perniciosa, anómala (recuérdese al respecto los afiches de los servicios "Qué está haciendo mi hijo en este momento") (p. 6).

Entre las lecturas a las que hace referencia como marco de análisis de los programas de televisión cita a Julia Kristeva "son los elementos de esa semantización, los ideologemas como función intertextual materializada en los diferentes niveles de la estructura de cada texto (Julia Kristeva, *Reserches pour une sémanatyse)* los que operan según algunos tipos de integración" (p. 4) y a Roland Barthes "el discurso de la televisión, que es tematizado por el GAN reproduce una cadena mítica del tipo que Roland Barthes establece en *Le mythe, aujourd´hui*" (p. 4). Ya hemos mencionado en capítulos anteriores que las referencias a Barthes y su libro *Mitologías* (1957) es una de las características de los análisis textuales que se realizaron durante el período[34]. En una entrevista Sarlo hace referencia a que "Barthes tiene para mí su punto de inicio en las Mitologías, que leí en el año en que apareció, en la primera edición de Seuil. Lo leí con la sensación de asistir a algo nuevo y absolutamente inteligente, pero no podía darme cuenta que podía marcar un itinerario, de manera más o menos secreta o evidente". A partir, entonces, de un análisis textual por los programas de televisión, Sarlo concluye:

> Politizar y despolitizar, empirismo y metáfora son, con probabilidad, las tácticas más evidentes y exitosas con que el GAN accede a la televisión, en este momento. La atracción cómplice mediante la cual la pantalla somete a su audiencia, y el prestigio de los sujetos transmisores, configuran un cuadro importante en cuanto a la incidencia ideológica del mensaje, sobre todo en lo que se refiere a la confirmación de su sistema de normas y pautas estrechamente relacionado con

---

34 Ver los capítulos sobre Michèle Mattelart y Mabel Piccini.

> la práctica política, o su versión mítica de las mismas, de la pequeña y mediana burguesía (p. 6).

En continuidad con el artículo de 1972 publica también en *Los Libros* en 1973 "Elecciones: cuando la televisión es el escenario", cuyo contexto de análisis se enmarca en las elecciones a presidente y legisladores que pone el fin a la dictadura militar autodenominada "Revolución Argentina". Sarlo analiza el discurso electoral que se transmite por televisión, parte de entender que "no es neutro, sino que objetivamente es aliado y confirmador del proceso electoral. La televisión opera, para decirlo de algún modo, de gran aparato de seducción puesto al servicio de los partidos burgueses" (p. 5). En sintonía y continuidad con el artículo anterior plantea algunas tensiones entre la política y el discurso político electoral televisado, así observa:

> Dos ejes formales sobre los cuales gira la organización del discurso, en función de dos oposiciones: sujetos ordenadores/sujetos cándidos (ignorantes); predicados autoritarios/predicados confirmatorios. De ello puede concluirse, por un lado, que la intencionalidad política del mensaje reside en la relación simpática con los sujetos (autoridad periodística o personal que se les adjudique): es decir, política mediatizada no sólo por los mecanismos de censura del medio, no sólo por la presencia única de los partidos burgueses –la televisión es sin duda el medio más censurado y autocensurado, ya que algún semanario, como Panorama, llegó a registrar posiciones de la izquierda revolucionaria–, sino también por el filtro difusor de las ´figuras´ de mediana o alta popularidad entre la audiencia, por tanto figuras que presentan ante ella la apariencia de confiables y su palabra, por lo tanto es creíble (p. 8).

Desde un análisis crítico del discurso televisivo pone al descubierto los intereses de clases y la política burguesa. Aunque también se pregunta por la instancia de recepción: "al respecto se abre un interrogante acerca de cómo son procesados este tipo de mensajes por la audiencia" (p. 9).

Estos dos artículos proponen desnaturalizar la manera en que se construye el discurso político en la televisión. En ese sentido, se inscriben en una de las corrientes dominantes en la etapa fundacional del campo: la crítica ideológica. En perspectiva, sin embargo, algunas consideraciones de la autora pueden leerse como antecedente de los estudios del discurso político y, sobre todo, de la circulación del discurso político en los medios. Tempranamente, Sarlo advierte que “la campaña se desplazó entonces del escenario real a la escenografía que marca la semificción de los medios” (1973, p. 10). Es decir, identifica una tendencia que, hacia los noventa, formará parte de las investigaciones sobre la videopolítica, el desplazamiento del discurso político de los foros y plazas al escenario mediático. Un conjunto de temas y problemas que, como apuntaremos en los próximos apartados, será recurrente en las indagaciones de la autora.

Cultura massmediática y un debate pedagógico

Desde fines de los 80 hasta mediados de los 90 encontramos una serie de escritos que giran en torno a la política y el audiovisual publicados por Sarlo en la revista *Punto de Vista*[35]. Cabe recordar que en ese período el auge de la videopolítica ocupa el debate entre los académicos, la tesis compartida –aunque con diferentes valoraciones– es que la cultura mediática reorganiza las demás esferas de la vida, y la política no queda excluida de ello[36]. En líneas generales

35 No desconocemos otros escritos de la autora sobre los medios de comunicación en la misma línea de lo mencionado, por sólo nombrar algunos de ellos “Políticas culturales. Hoy: los medios audiovisuales” (1994) en la revista *La Ciudad Futura* y “Modernidad y después: la cultura en situación de hegemonía massmediática” (1993) en *Alteridades*.

36 Entre tantos otros ejemplos nombramos al seminario sobre televisión y política que se realiza en Córdoba en 1991 (y el libro se publica en 1992). Participan entre otros, María Cristina Mata, Christian Ferrer, Héctor Schmucler, Ricardo Foster, Nicolás Casullo, Luis Alberto Quevedo, Oscar Lan-

Sarlo se interroga por el lugar central que tiene la cultura audiovisual en un contexto de debilitamiento progresivo del sistema educativo que posibilitó la alfabetización de las clases populares.

En "Políticas culturales: democracia e innovación" (1988) debate con Oscar Landi, José Joaquín Brunner y Néstor García Canclini. Sarlo sostiene que las políticas culturales democráticas deben tener como tema de ocupación a los medios de comunicación, para evitar así que queden liberados a las determinaciones económicas. En el artículo "Una legislación para los mass media" (1988) observa cómo la posible privatización de los canales de televisión es motivo de diferentes tipos de presiones, en ese sentido se pregunta: "¿Para quién y para qué hay que legislar sobre comunicación en la Argentina?, ¿cómo garantizar la igualdad de oportunidades y la libertad de elección en situaciones donde el acceso a la producción y distribución de los bienes materiales y simbólicos es profundamente desigual?" (1988, p. 18). En los artículos "Basura culturales, simulacros políticos" (1990), "La guerra del golfo: representaciones pospolíticas y análisis cultural" (1991), "El audiovisual político" (1991) y "La democracia mediática y sus límites" (1995), observa cómo la estética televisiva se impone en otras esferas e instituciones, como la política. Es así que el *look* político, lo dramático no conflictivo, el clip y la falta de argumentación son parte de las tensiones que atraviesa la esfera pública y la televisión. El conjunto de estos escritos –que desde una mirada neofrakfurtiana y de análisis crítico del discurso analiza las características de la televisión– ubican a Sarlo en una línea opuesta a las perspectivas que prevalecen en el campo comunicacional en los años 90.

---

di y Beatriz Sarlo. La preocupación se relaciona con la "cuestión de la sustancia política" y se preguntaban si la característica principal e histórica de la lógica argumentativa de lo político ha sido reemplazada por nuevas retóricas publicitarias cortoplacistas y de fuerte impacto, de la mano de la primacía mercantil.

Mención aparte merece la crítica que publica en *Punto de Vista* al libro *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión* (1992), de Oscar Landi. Si la polémica fue una de las características en las que se sostuvo la producción científica en los inicios del campo[37], paulatinamente ésta fue diluyéndose, es por ello que la crítica de Sarlo resuena a un intento de debate con fines pedagógico y argumentativo que permita cuestionar las características del sistema audiovisual. El diagnóstico del que parten Landi y Sarlo es coincidente: la televisión y el audiovisual han reorganizado la cultura contemporánea, en lo que difieren es en la valoración que realizan. Los ejes centrales de la crítica de Sarlo se sostienen en cinco puntos. El primer punto cuestiona la postura de Landi de concebir a la televisión como "situación de hecho" (p. 11), es decir, como algo dado que debe aceptarse, es así que plantea: "debo suponer que se refiere a un tipo de acontecimiento cuya existencia es independiente de la voluntad [...] una situación frente a la cual no se ejerce la crítica, una situación que se acepta porque allí está" (p. 13).

El segundo eje de discusión gira en torno a los intelectuales, con respecto al lugar del *videogame* expresa Landi: "si la persona que lo está observando es uno de los habituales críticos de los efectos que produce la televisión en la audiencia (alienación, dependencia o escapismo) tendrá entonces la posibilidad de encontrar con facilidad la metáfora casi perfecta a sus críticas" (p. 9). Las críticas de Sarlo se centran en el doble juego de Landi en torno al saber académico, por un lado, cuestiona a los intelectuales que analizan el audiovisual desde la cultura culta y, por el otro lado y al mismo tiempo, recurre a la historia y a los académicos para legitimar sus argumentos.

El tercer punto de su crítica es la homologación de las características democratizadoras que tuvo la imprenta con la televisión, para Sarlo

37 Ver capítulo de Paula Wajsman.

> todavía queda por demostrar si ha sido capaz [la televisión] de impulsar cambios cuyos efectos democratizadores sean tan profundos como los que introdujo la revolución de la imprenta. Que la cultura electrónica sea transclasista (y esto también hay que demostrarlo) no significa que sea democrática (p 14).

El cuarto eje de discusión es por la celebración hacia Olmedo que realiza Landi. Las críticas giran en torno a la falta de distancia crítica con la que se refiere al comediante, "a Olmedo lo trata como a un amigo, alguien del círculo más inmediato y con el que se comparten actitudes e ideas" (p. 17), pone en cuestionamiento aquello que sería un rasgo de lo olmédico –los elementos repentistas y la improvisación–, y también observa con asombro cómo en un libro que analiza a la televisión están ausentes las condiciones de producción de la misma.

Por último, critica a Landi por la comparación estética entre las vanguardias y el videoclip (las vanguardias fragmentan y yuxtaponen, lo mismo se observa en el videoclip), Sarlo contraargumenta que "pasa por alto los conflictos estéticos de las vanguardias y también pasa por alto las diferencias entre operaciones que sólo parecen afines si se las mira desde lejos" (p. 14).

En continuidad con los artículos en *Punto de Vista* publica en 1994 *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina* y en 1996 *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo.* Un tema recurrente que le inquieta a Sarlo es el lugar hegemónico de los medios en la integración de las culturas populares y lo vincula con la precaria situación del sistema educativo como posible contrapeso. El escenario que observa es, por un lado, la decadencia del sistema educativo como vehículo modernizador y por el otro la hegemonía del mercado audiovisual. Es por ello que plantea la recuperación del rol del Estado, de la televisión en tanto servicio público y el sistema educativo como posibilidad de integración de las

culturas populares. Sarlo apunta su crítica hacia dos tendencias que predominan en los análisis sobre el tema: los neoliberales y los neopopulistas.

Ya en el siglo XXI encontramos dos libros que continúan estos ejes de indagación: *La audacia y el cálculo. Kirchner 2003-2010* (2011) y *La intimidad pública* (2018), este último, en un tono cercano a *Escena de la vida posmoderna,* se ocupa de analizar a los famosos fugaces, los personajes del escándalo mediático, las maternidades mediatizadas y su intimidad publicada tanto en redes sociales, portales de noticias como en la televisión. Su mirada crítica y aguda pone al descubierto la cultura mediática contemporánea. Por otra parte, resulta elocuente, en un contexto del campo académico que se ve permanentemente tensionado por la producción de artículos como cuestión numérica que define su/nuestra continuidad laboral, una nota de edición publicada en la última hoja: "este libro no contiene materiales anteriormente publicados, salvo dos notas a pie de página. Fue escrito, de principio a fin, sin inclusiones de fragmentos propios. Lo aclaro para quedar libre, frente a quien elija tal hipótesis, de la actual tradición del ´corta y pega´" (2018, p. 181).

En *La audacia y el cálculo. Kirchner 2003-2010* se ocupa de analizar cuestiones vinculadas con la mediatización de la política, las *celebrities*, las redes sociales y el rol de los medios públicos, haciendo foco en los programas metatelevisivo como *678* y *TV registrada.* Retoma su preocupación por los medios audiovisuales en contrapeso al sistema educativo:

> La televisión es el medio que exige menos credenciales educativas. El uso más elemental de internet requiere, en casi todos los casos, saber leer y estar en condiciones de tipear algunas palabras. Contra lo que se cree, internet todavía hoy es mucho texto, organizado en modo caótico pese a los buscadores y a los push technologies que sugieren los resultados de una búsqueda sobre la base de preferencias anteriores. A ver televisión se aprende viendo televisión, casi sin saber

> nada antes, lo que se necesita está en la pantalla, repetido en continuado (p. 12).

Bajo un registro de escritura más coloquial persiste en su mirada crítica en torno al audiovisual. Lo que en los 70 era una característica del campo, en el que las lecturas críticas sobre el poder de los medios era una preocupación compartida, aparece ahora como una persistencia en tanto intervención intelectual que ofrece una mirada a contrapelo de las tendencias de la época.

Elecciones: cuando la televisión es escenario (1973)

Reproducimos un fragmento del artículo.

> La pregunta siguiente apunta a subrayar una cuestión de fondo sobre los contenidos recurrentes en los programas periodísticos analizados. Lo primero que se registra es un desplazamiento hacia el olvido o la ausencia de planteos programáticos. En este sentido, se acentúa una tendencia que aparece también en los jingles y cortos publicitarios de las campañas: la política burguesa rehúsa explicarse –habría que mencionar como excepción las características publicitarias de la campaña de la UCR, que hacen centro en la plataforma partidaria, como una forma de reforzar la imagen de ´conducta y seriedad´ elegida para promocionar a sus candidatos–; es más, se reemplaza el discurso de la ´razón política´, en el caso electoral de lo programático desplazándolo o hacia los medios periodísticos escritos, o hacia un espacio donde se lo sustituye, por lo general, por fórmulas adheridas a las diferentes metáforas que los slogans publicitarios intentan imponer. El periodismo televisivo se hace cómplice de esta maniobra por varios motivos: uno de ellos, el explicitado por Urtizberea ante una de las revistas especializadas: lo programático no interesa. Otro nace de la situación política concreta de estas elecciones: la pregunta fundamental no apunta a después de las elecciones sino a un antes. Es decir que el eje periodístico y político más importante giró cerca del centro

de interés de los partidos políticos burgueses: se llega o no se llega, se proscribe o no se proscribe, habrá golpe antes o después. Tales son los condicionamientos impuestos a las elecciones por la dictadura y tal es su registro en el periodismo de los medios.
A ello debe agregarse que la política burguesa, en condiciones electorales, es cada vez más impotente para explicar los fenómenos que ella misma genera –y mucho menos lo que generan las luchas populares- salvo a través de fórmulas elaboradas para tapar el debate sobre cuestiones de fondo (pp. 5-6).
Se establecen, en general, dos ejes formales sobre los cuales gira la organización del discurso, en función de dos posiciones: sujetos ordenadores/sujetos cándidos (ignorantes); predicados autoritarios/predicados confirmatorios. De ello puede concluirse, por un lado, que la intencionalidad política del mensaje reside en la relación simpática de los sujetos (autoridad periodística o personal que se les adjudique): es decir, la política mediatizada no sólo por los mecanismos de censura del medio, no sólo por la presencia única de los partidos burgueses –la televisión es sin duda el medio más censurado y autocensurado, ya que algún semanario, como Panorama, llegó a registrar posiciones de la izquierda revolucionaria–, sino también por el filtro difusor de las ´figuras´ de mediana o alta popularidad entre la audiencia, por tanto figuras que presentan ante ella la apariencia de confiables y su palabra, por lo tanto, es creíble.
El procesamiento de lo político que se da a través de esta red de recaudos –de censuras– degrada lo político que no puede aspirar a un nivel de autonomía respecto de otros productos del discurso televisivo (tal degradación culmina, para poner un ejemplo, en la pregunta de Lucho Avilés, antes especialistas en chismes del ambiente artístico, a Vicente Solano Lima, sobre si fue realmente muy, muy amigo de Gloria Guzman (pp. 8).
La necesidad de la calle en una campaña electoral, el espacio del cual se apropiaría temporalmente y en el cual funcionaría con naturalidad, ´espontáneamente´ la política, se convierte en una tensión y en el peligro de alterar, transgrediéndolas, las pautas impuestos por la dictadura. Hay razones poderosas, entonces, para que el peronismo abandone viejas prácticas que contribuyeron a su triunfo en 1946, o por lo menos las

> circunscribía a iniciativas fuertemente acotadas. Movilizar la calle no se hace impunemente hoy en la Argentina. La consigna que la televisión puede cristalizar inocuamente, en la calle puede sufrir todas las variantes de un procesamiento masivo. Eso ya se ha visto. La movilización electoral es la gran contradicción en la campaña de los partidos burgueses: no es solamente una cuestión de caudal. Allí donde existe objetivamente capital político, existe también el problema de su control: hoy ya problemático.
>
> La calle instala así un centro de amenaza en el medio de unas elecciones donde, por razones fundadas, los medios de comunicación masiva juegan un papel de importancia. En un país convulsionado por las luchas sociales no hay seguridad sobre los mecanismos para evitar los estallidos. La campaña se desplazó entonces del escenario real a la escenografía que enmarca la semificción de los medios: de la historia que viven las masas populares al relato cada vez más convencional, crecientemente estereotipado de los medios; de lo real a un verosímil político donde, en forma creciente, se acentúa la irracionalidad de la política burguesa que, acosada, se refugia en el set de televisión donde espera copar a esa otra razón que se juega en la Argentina: las luchas sociales que no se conjugan con slogans y cuya perspectiva es signo de peligro para las clases dominantes más allá de los resultados de un proceso electoral (p. 10).

Referencias bibliográficas

AA.VV. (1997). Entre la crítica política de la cultura y la(s) políticas(s) de la crítica", entrevista a Beatriz Sarlo. Revista *Causas y Azares* Nº 6, 11-30.

Barthes, R. (1988 [1957]). *Mitologías.* Buenos Aires: Siglo XXI.

Bourdieu, P. (1980). Los bienes simbólicos y la producción de valor. En revista *Punto de Vista* N°8, 19-23.

Bourdieu, P. (1982). Lección. El oficio del sociólogo. Revista *Punto de Vista* N° 15, 16-18.

Colón Zayas, E. R. (2015). Claves y tiempos del análisis del discurso y la semiótica en América Latina. En Bolaño, C., Crovi Druetta, D., y Cimadevilla, G. (coords.) (2015). *La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación.* Buenos Aires: Prometeo, 85-99.
Dobry, E. (2001). Entrevista a Beatriz Sarlo. En *CuadernosHispoamericanos. Dossier: revistas culturales en español*. Salamanca: *CuadernosHispoamericanos,* 111-120.
Landi, O. (1992). *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión*. Buenos Aires: Planeta.
Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gilí.
Sarlo Sabajanes, B. (1972). Los canales del GAN. Diez días de televisión. Revista *Los Libros,* N° 27, 3-7.
Sarlo Sabajanes, B. (1973). Elecciones, cuando la televisión es el escenario. Revista *Los Libros,* N° 29, 4-11.
Sarlo, B. (1979). Beatriz Sarlo: Raymond Williams y Richard Hoggart: sobre cultura y sociedad. Revista *Punto de Vista* N° 6, 9-18.
Sarlo, B. (1981). *El mundo de Roland Barthes*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
Sarlo, B. (1994). *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Buenos Aires: Ariel.
Sarlo, B. (1994). Políticas culturales. Hoy: los medios audiovisuales. Revista *La Ciudad Futura.*
Sarlo, B. (1996). *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo.* Buenos Aires: Ariel.
Sarlo, B. (1988) Políticas culturales: democracia e innovación. Revista *Punto de Vista,* Nº 32, 8-14.
Sarlo, B. (1988). Una legislación para los massmedia. Revista *Punto de Vista,* Nº 33, 15-19.
Sarlo, B. (1990). Basuras culturales, simulacros y políticos. Revista *Punto de Vista* Nº 37, 14-17.

Sarlo, B. (1991). La guerra del golfo: representaciones pospolíticas y análisis cultural. Revista *Punto de Vista,* Nº 40, 28-31.

Sarlo, B. (1991). El audiovisual político. Revista *Punto de Vista* Nº 41, 18-20.

Sarlo, B. (1992). La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la Televisión. Revista *Punto de Vista,* N° 44, 12-18.

Sarlo, B. (1995). La democracia mediática y sus límites. Revista *Punto de Vista,* N° 52, 11-16.

Sarlo, B. (1993). Modernidad y después: la cultura en situación de hegemonía massmediática. *Alteridades*. 5, 51-58.

Sarlo, B. (2000). *Siete ensayos sobre Walter Benjamin*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Sarlo, B. (2011). *La audacia y el cálculo. Kirchner 2003-2020.* Buenos Aires: Sudamericana.

Sarlo, B. (2018). *La intimidad pública*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Seix Barral.

Schmucler, H. y Mata, M. C. (1992) (Eds). *Política y Comunicación ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* Buenos Aires: Catálogos.

Michèle Mattelart

Michèle Mattelart[38] (Francia, 1941) llega a Chile en 1963 junto con Armand, con quien acababa de contraer matrimonio y quien había viajado un año antes para asumir un puesto en la Escuela de Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Recién diplomada en Literatura Comparada en la Sorbona, enseña en la Alianza Francesa, dicta clases de literatura francesa en el Instituto Pedagógico de la Universidad Católica de Chile e inaugura junto con Mabel Piccini y Armand Mattelart, a fines de 1967, un grupo de investigación sobre la ideología, la cultura y la cultura de masas, en el Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CEREN), dependiente de la Pontificia Universidad Católica (PUC). Tras la asunción del gobierno de la Unidad Popular, forma parte del equipo de *Onda*, un fanzine juvenil editado por la nacionalizada editorial Quimantú, y trabaja en el departamento de guiones en la televisión nacional. El golpe de estado de Pinochet, en septiembre de 1973 la encuentra en Cuba, donde dictaba un seminario en la Universidad de La Habana.

En esa década, que va desde su llegada a Chile en 1963 hasta el golpe militar (1973) es que situamos su primera etapa, momento en que descubre un problema casi inexplorado: la relación mujer/medios, como resultado no solo de sus tempranas lecturas: Roland Barthes y Algirdas Greimas (el estructuralismo francés), Theodor Adorno y Herbert Marcuse (Escuela de Frankfurt), Edgar Morin y hasta los

---

[38] Una versión de este capítulo fue publicada en la revista *Matrizes* en 2020 en un número monográfico dedicado a Michèle y Armand Mattelart. También agradecemos a Daniela Monje por oficiar de puente con Michèle Mattelart y a la autora por sus comentarios.

escritos de Alejandra Kollontai, sino fundamentalmente de su experiencia en el proceso chileno.

> Reconozco que buena parte de los avances en el plano teórico que tuvieron influencia en la aproximación al tema ´Mujer/Medios´, se los debo a la historia social y política de este país y, particularmente, a mi participación activa en un período clave de su historia, a mi compromiso al lado de los sectores que impulsaron un cambio democrático (M. Mattelart, 2014, p. 2).

De esta época consignamos uno de sus primeros trabajos en colaboración con Armand Mattelart: *La mujer chilena en una nueva sociedad* (1968), donde encaran un estudio exploratorio de la actitud de las mujeres chilenas, en diferentes sectores sociales, frente al denominado "cambio social". Indagan sobre sus concepciones en torno a la familia y el control de la natalidad, así como sobre el uso de los medios de comunicación.

En ese libro anudan una línea de investigación sobre cambio social, mujer y medios, que Michèle Mattelart desarrollaría de manera sistemática en su trabajo sobre la fotonovela "El nivel mítico de la prensa seudo-amorosa" (1970) y sobre los semanarios ilustrados "Apuntes sobre lo moderno: una manera de leer el magazine" (1971). También integramos en esta primera serie el artículo sobre los consumos televisivos en las poblaciones de Santiago de Chile, resultado de una investigación realizada junto con la argentina Mabel Piccini en 1972 y publicada tras el golpe "La televisión y los sectores populares" (1974).

La segunda etapa la situamos desde el golpe militar en 1973 hasta mediados de los años ochenta, que será de balance y transición de aquella experiencia intelectual y política. Sin considerar las obras en co-autoría, destacamos tres trabajos: "Cuando las mujeres de la burguesía salen a la calle" (1975), publicado por primera vez en versión inglesa para *North American Congress on Latin America* (NACLA) y en francés en *Les Temps Modernes*,

donde examina la instrumentación de valores femeninos y el papel asignado a las mujeres burguesas en la construcción del consenso para el golpe de estado; el libro *La cultura de la opresión femenina* (1977), que reúne –y eso expresa un primer balance sobre su propia trayectoria chilena– este último trabajo y los ya publicados sobre los semanarios ilustrados y las fotonovelas; *Mujeres e industrias culturales* (1982), producto de una investigación, publicada un año antes como folleto por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), donde tal vez se presente su obra más madura, en la que convergen las perspectivas de la economía política, del análisis del discurso de orientación francesa y los estudios de género.

Por último, una tercera etapa que va desde mediados de los ochenta hasta la actualidad, que será de consolidación y de reconocimiento extendido también en el campo de debates de las teorías feministas. De sus diversas publicaciones seleccionamos, por un lado, *Pensar sobre los medios* (1986, en su versión francesa). Se trata de un texto clave en el que Armand y Michèle Mattelart repasan críticamente las principales corrientes teóricas que asomaron en la década de los ochenta (relecturas de Antonio Gramsci, Michel Foucault, Michel de Certeau, los *Cultural Studies*) y que confluyen en un nuevo paradigma comunicacional: de lo mecánico a lo fluido, en el cuadro de un proceso mayor de reorganización social del capital. A diferencia de otras obras entonces contemporáneas, Armand y Michèle reconocen los cambios teóricos, pero, al mismo tiempo, reclaman la persistencia de los viejos marcos de análisis, en particular del marxismo. El otro libro, también escrito en conjunto, es *El carnaval de las imágenes. La ficción brasileña* (1987, en francés), resultado de investigaciones sobre la serialización televisiva que Michèle Mattelart venía desarrollando en el marco de la Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS).

Sobre este último, Armand Mattelart escribe:

> Este libro hace juego con Pensar sobre los medios. Cuestiones teóricas que se desarrollan en este último, toman una forma práctica en El carnaval de las imágenes. Es el caso de la interrogación sobre conceptos tales como dispositivo, cultura popular, hegemonía, intelectual orgánico, disciplina y anti-disciplina, etc. (2013, p.161)

Aquí sumamos también *Women, Media, Crisis: Feminity and Disorder* (1986), donde recupera sus anteriores contribuciones para colocarlas a la luz de los debates de los estudios de género. Es en este período donde la obra inicial de Michèle Mattelart comienza a leerse –y a ser balanceada por la propia autora– como pionera no sólo de los estudios latinoamericanos de comunicación sino también de las investigaciones sobre mujeres/medios y más extendidamente en los estudios de género[39]. Una consideración fundamentada, siempre y cuando advirtamos que se trata –lógicamente– de una consideración retrospectiva: aquellos primeros pasos de Michèle Mattelart se dieron cuando el feminismo todavía no era "el movimiento que conocemos hoy con su diversidad de fases y enfoques según los contextos nacionales, las sensibilidades políticas y los acercamientos heurísticos" (Mattelart, 2007, p. 41) y, sobre todo, cuando los llamados estudios de género no habían alcanzado su actual estatuto. De allí que sus primeras preocupaciones giraran en torno a la relación mujeres y medios –donde "mujeres" era el segundo término de una desigualdad– antes que "género" –donde el énfasis se desplazaría a las diferencias[40]. En una reciente entrevista, Michèle reflexiona sobre

39 Así lo entiende la investigadora Claudia Laudano quien coloca a Michèle Mattelart como formando parte de "los análisis feministas" y como "una pionera en el análisis de las revistas femeninas" (2010, p. 41).

40 Incluso por razones generacionales, Mattelart es afín a la segunda ola del feminismo, marcada por aquellas tempranas luchas por la igualdad y por las lecturas de Alexandra Kollontai y Simone deBeauvoir. En palabras de la autora: "Feminismo de la igualdad y feminismo de la diferencia. Así se califican a menudo, de manera admitida como reductora, los dos polos entre los cuales oscilaría la lucha de las mujeres. Dos polos que tienen sus figuras y

los inicios –hace ya cinco décadas– de los estudios sobre mujeres y medios y afirma que "el genérico «mujer» es cada vez más refutado. Lo que se critica en esta denominación es la concepción esencialista del sujeto mujer, que revela el supuesto valor universal de este sujeto que estaría garantizado por el zócalo biológico del sexo, esta representación estructural de un mundo inmóvil, con las reparticiones entre los sexos ineludibles dado que se fundamentan en la naturaleza de las cosas" (2014, s/p).

Por último, mencionar que de las intelectuales pioneras en los estudios de comunicación, Michèle Mattelart, quizá sea una de las más reconocidas por sus aportes, entre los premios y homenajes recibidos en las diferentes latitudes podemos destacar: Doctorado Honoris Causa junto con Armand por la Universidad de Málaga (2014, España) y la Universidad de Valladolid (2016, España), homenaje en la IX Bienal Iberoamericana de Comunicación (Chile) –junto con Armand– (2013), homenaje por la Unión Latina de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) en el XI Congreso de esta asociación científica internacional (2019), entre otros tantos.

El período chileno

En lo que sigue expondremos los aportes pioneros de Michèle Mattelart en particular durante el período chileno (1963-1973), que se corresponde con la etapa de *autonomización* del campo de la comunicación en América Latina. No incluimos en estas consideraciones a las publicaciones que realizara en conjunto con Armand Mattelart, porque estas últimas –si bien subsumidas en la trayectoria y la obra de Armand– han sido abordadas en contadas oportunidades

sus obras emblemáticas. Dos polos que se identifican con sucesivas generaciones feministas" (2007, p. 44).

en publicaciones y libros [41]. No podemos dejar de señalar que escindir esas obras "escritas a cuatro manos" es una tarea imposible (cómo delimitar los aportes de una y otro, y para qué), pero sobre todo es arbitraria: desde su primer estudio sobre la mujer chilena hasta *Historia de las teorías de la comunicación* (1997), los trabajos de Michèle y Armand Mattelart revelan no solo experiencias comunes (personales, desde ya, pero también políticas) y perspectivas compartidas sino una larga conversación y una sostenida polémica intelectual en torno a los problemas de la comunicación a lo largo de las últimas seis décadas, en Chile, en las breves estadías de Mozambique o Nicaragua, en Francia.

Con todo, un examen sobre los trabajos de Michèle Mattelart nos permite echar luz sobre sus contribuciones *personales* y su *propio* lugar en la tradición de los estudios latinoamericanos de comunicación. Elegimos tres ejes para organizar sus temas, su campo de problemas y sus principales respuestas: el *cambio social,* la *cuestión de la mujer* y la *recepción*.

Cambio social

La idea de *cambio social* ocupaba el centro del debate y de la lucha política en Chile y en América Latina. Desde la perspectiva del imperialismo estadounidense, el "cambio" era equivalente al necesario proceso de modernización capitalista que debían atravesar los países de América Latina y, más extensamente, del entonces llamado *Tercer Mundo.* Como si se tratara de un movimiento ineluctable (y así lo expresaba, por caso, la teoría de las etapas de Rostow), las sociedades tradicionales deberían pasar sucesivas etapas de desarrollo y transición hasta alcanzar el grado más alto civilizatorio: la sociedad del consumo masivo. La circulación de esta teoría y las concepciones "desarrollistas" de la

41 Esteinou Madrid, (2002), Mattelart (2013), Zarowsky (2013), entre otros.

comunicación[42] sintonizaba con el programa de la *Alianza para el Progreso,* que el gobierno estadounidense había promocionado en 1961 como supuesta ayuda económica, política y social –que se revelaría un fracaso y un fraude, al mismo tiempo– para contrarrestar los efectos de la revolución cubana y los procesos de ascenso de lucha de masas en la región. Este paquete de ideas modernizadoras encontraba un canal privilegiado de difusión en los medios de prensa, las revistas, la radio y la televisión.

Contra esa ideología modernizadora se levantaron otros planteos: la falta de desarrollo en los países de América Latina era el producto no de la ausencia de procesos de modernización sino de la relación dependiente, desigual, entre los países centrales y periféricos. Aquí se amalgamaban la Teoría de la Dependencia[43], las concepciones pedagógicas y comunicacionales de Paulo Freire (quien también se refugió en Chile), la teoría leninista del imperialismo y el marxismo. Aquí, el concepto de "cambio" se tensionaba entre la reforma (de la cual la experiencia chilena sería su dramático laboratorio) y la revolución (la experiencia cubana, como el otro polo).

En ese campo de problemas, que reconstruimos apretadamente, Michèle Mattelart desarrolla sus primeras investigaciones sobre las fotonovelas y sobre los semanarios femeninos.

> Interrogarse sobre el concepto de modernidad que se instituye, a modo de égida, en el santo y seña de la producción de bienes y de signos de la sociedad industrial capitalista constituye, tal vez, una de las maneras valederas de acercarse

---

42 Un representante de esta corriente fue Wilbur Schramm, que publica *Desarrollo de la Comunicación y Desarrollo Económico* en 1965, y que encuentra su fundamento en la teoría de Rostow, muy difundida y promovida por los Estados Unidos en la década del sesenta.

43 Tras el golpe de Estado en Brasil, en 1964, varios de los intelectuales que contribuyeron a la elaboración de la Teoría de la Dependencia emigraron a Chile –Theotonio dos Santos, Ruy Mauro Marini, entre otros– donde establecieron nuevas redes intelectuales.

> al principio rector de un sistema de dominación social que se absuelve de su dinamismo y justifica su noción de progreso repitiendo a diario, y hasta la saciedad, la carta magna del mejoramiento creciente del environment, del consumo abierto y de la felicidad tecnológica (1971, p. 29).

Para Michèle Mattelart, la modernidad y sus promesas de bienestar se han constituido en la ideología del nuevo imperialismo y de una nueva burguesía. En ese sentido, los medios masivos, que se definen "por las necesidades de un sistema de poder", devienen en instituciones, que producen y ponen en circulación tales discursos (sobre lo moderno, la moda, el mundo de hoy, el último grito, la novedad) que no son más que una "morfología, que rehabilita un contenido permanente, idéntico, y una normativa que apunta siempre a privilegiar el conformismo" (1971, p. 43).

Mujeres

Ahora bien, ¿cómo se conectan estas problemáticas de la ideología modernizadora y los medios con las mujeres? En un trabajo posterior, Michèle Mattelart va a sostener que esa correlación se explica porque la mujer está destinada, en virtud de una combinación de mecanismos ideológicos y culturales, a cumplir "una función reguladora" en la sociedad y a ser "el eje del consumo y agente determinante de la socialización de los niños, la encargada de transmitir los códigos de autoridad, de hacer asimilar las imágenes y los papeles masculinos y femeninos discriminados" (1982, p. 7). Por eso, las mujeres –señala la autora– están en el centro de una estrategia de acción de los medios. En ese sentido, el análisis de las fotonovelas y de los seminarios ilustrados se revela como un camino privilegiado para abordar un sistema de significaciones, de estereotipos, de operaciones ideológicas o mistificadoras.

En "El nivel mítico de la prensa seudo-amorosa" (1970) aborda un corpus de *Cine Amor*, una fotonovela semanal chilena fundada en 1960, destinada y consumida particular-

mente por las mujeres de los sectores populares. A partir del modelo barthesiano de *Mitologías*, Mattelart va a identificar el eje organizador de estos materiales masivos: el orden del corazón, un principio que "confiere a la idiosincrasia fotonovelesca una coherencia irreprochable" (p. 261) al que se suman como ayudantes: la naturaleza y el destino. A partir de allí, al examinar estereotipos y recurrencias, advertirá lo nuevo como reiteración (cada fotonovela anuncia una novedad, pero repite sus temas, su elenco de estrellas, sus clisés), el rechazo al mundo material (salvo en los rubros publicitarios, se elude todo lo que podría recordar la actividad social y económica, o al mundo del trabajo), la dilución de los conflictos (la rebeldía juvenil que termina reintegrándose al orden), entre otras figuras mitológicas. Ese mundo encerrado de la fotonovela no impide que:

> Llegado el momento, el comadreo del editorial se metamorfosea en una interpretación de la realidad social y en una adscripción de valores, de actitudes y de modos de actuar. El lector semanal no se percata de la ambigüedad de esta mutación preparada y orquestada por una sobrepuja de familiaridad y de efusión doméstica. Bajo fines de diversión y de evasión, la revista de fotonovelas. se afana en infiltrar las pretensiones de un mensaje trascendental: la verdad sobre la condición humana. A un arte de entretenerse, corresponde un arte de vivir, un código moral. Veremos cómo esta finalidad que el editorial, al presentársele la oportunidad, deja entrever en la grandilocuencia repentina del tono, es inmanente al discurso fotonovela (1970, p. 232).

En "Apuntes sobre lo moderno: una manera de leer el magazine" (1971), el más republicado y traducido de sus trabajos, aborda los seminarios ilustrados femeninos. Allí identifica procedimientos mitológicos tales como el "universal femenino" (que disuelve las clases), la "eternidad ficticia" (donde lo nuevo se muestra "trivialidad repetitiva"), la "democracia del deseo" (sobre los consumos segregados socialmente), la "democracia de los temas" (donde el

sincretismo diluye los asuntos conflictivos que pudieran abordarse), la "deshistorización" (por lo cual la naturaleza se convierte en una referencia valorativa), la "omnipotencia del objeto" (que traslada lo cualitativo del sujeto al objeto), entre otros. Una de sus tesis plantea:

> La mujer, que imagen o realidad, soporta más que el hombre la cotidianidad y que sigue ocupando el centro de esta misma esfera de lo cotidiano, era ciertamente el foco más adecuado desde el cual hacer irradiar la cultura de la modernidad, que difusamente pretende influir en el contexto diario moldeando ambientes, gustos, deseos (1971, p. 34).

La serie de estos trabajos continúa en 1975 en lo que caracterizamos como la etapa de transición de la obra de Michèle Mattelart. Nos referimos a *Chile: The Feminine When Bourgeois Women Side of the Coup or Take to the Streets* (su versión castellana aparece bajo el título *Cuando las mujeres de la burguesía salen a la calle*, en 1977). Se trata de un análisis de los medios masivos, en particular de las revistas femeninas adscriptas a la derecha chilena, en su estrategia contrarrevolucionaria para derrocar a Salvador Allende. Mattelart advierte el uso de la mujer –del estereotipo femenino, del lugar asignado socialmente a las mujeres– que tuvo cada vez mayor protagonismo en las protestas (los cacerolazos) que prepararían las condiciones del golpe de Estado. En otras palabras, aquí Michèle Mattelart ilustra la "línea de masas"[44] que la burguesía chilena va a desplegar desde los medios de comunicación. En un balance posterior, la autora señala:

> Estas manifestaciones callejeras revelaron, bajo una forma activa, los valores que los medios de comunicación tradicionales o modernos no habían dejado nunca de cultivar bajo su forma pasiva. Demostraban en medio de la violencia cómo

[44] Para una explicación de la idea de "línea de masas", ver capítulo dedicado a Mabel Piccini.

> el carácter privado, pasivo, atribuido a lo femenino, que las fotonovelas y las revistas habían acuñado en el discurrir de los días con ensoñaciones sobre aventuras de deseo amoroso o deseo de consumo, podía perder esa aparente inercia dentro de la vida política para convertirse en un arma singularmente importante en las campañas de opinión contra un régimen popular constitucionalmente elegido y sus programas de reforma. Estas mujeres se transformaron en la mejor arma para el combate político, permitiendo dotar de inocencia la subversión, presentándola como la reacción del sector tradicionalmente apolítico de la opinión, preocupado únicamente por asuntos domésticos y maternales: «Es una mujer quien os habla» o mejor «Es una madre quien os habla» (2007, p. 40).

La recepción: clase y género

Tras un largo epígrafe de Bertolt Brecht sobre el sentido de lo *popular* –"…nos referimos al pueblo que no solo participa de la revolución, sino que se apodera de ella, la impone, la condiciona"–, el artículo "La televisión y los sectores populares", escrito junto con Mabel Piccini, introduce una cuestión central en el debate político chileno: "el rol que le cabe cumplir al frente cultural en un proceso de agudización de la lucha de clases" (p. 4). Las autoras afirman que para quebrar "un sistema que funda su legitimidad en la manipulación de las conciencias" es necesario desarrollar un proyecto alternativo popular a partir de "un criterio de clase", que se abra realmente "hacia aquellos sectores que producen los cambios". En otras palabras, el trabajo se inscribe en una polémica hacia el interior de la izquierda, particularmente con los partidos que integran el frente de Unidad Popular[45], en relación con sus políticas culturales

[45] Michèle y Armand Mattelart ya habían adelantado un primer balance crítico de las políticas comunicacionales del gobierno e incluso alertado acerca del avance de la contrarrevolución. En *Ruptura y continuidad en la Comunicación: puntos para una polémica* concluyen: "...podemos comprobar que esta problemática de la comunicación masiva es relativamente nueva para los partidos tradicionales y que muchas veces están lejos de poder cumplir con esta formación para una nueva comunicación. [...] detrás del problema de la

difusionistas (por caso, la producción de televisores populares a bajo costo, distribuidos a través de las organizaciones populares) que mantienen a las mayorías como "espectadores" y desmovilizan a las "vanguardias populares" que, en forma embrionaria, comenzaban a crear poder popular "tanto en la lucha por la conquista del poder político como en el proceso ininterrumpido de revolucionarización de las prácticas culturales que legitiman el dominio de una clase sobre las demás" (p. 4).

Para la investigación realizaron 200 encuestas entre los sectores populares residentes en cuatro poblaciones del gran Santiago. La elección de las poblaciones se fundamenta, de un modo general, en que se trata de lugares residenciales, que constituyen centros de otro tipo de socialización, disociados de los lugares de trabajo (o de "explotación directa") y por tanto generadores de niveles de conciencia más conservadores. Más específicamente, para seleccionar cada población se tuvo en cuenta su base social dominante (más o menos proletarizada, con mayor o menor presencia de sectores medios), la organización interna (a través de instituciones burocráticas o modelos asamblearios) y las formas que asumió históricamente la conquista del terreno (cedido por el Estado o producto de una toma), la línea y conducción política: la población Ex-Sumar se describe como hegemonizada por la Democracia Cristiana; las de Victoria y San Gregorio, como disputadas por la DC pero también por uno de los partidos de Unidad Popular, el Partido Comunista; el campamento Nueva La Habana con mayor intervención por parte del Movimiento de Izquierda Revolucionario.

A partir de estos criterios, las autoras construyen una matriz de tres modelos en relación con el modo en que cada

comunicación surgen interrogantes mucho más amplios, surgen dudas más profundas que abarcan todo el ámbito de la transformación superestructural y este última gira esencialmente alrededor de la pregunta: ¿Quién asegurará la vanguardia ideológica, cuál será su contenido y qué relación con las masas mantendrá esta vanguardia?" (1972, p. 143).

una de estas poblaciones asume "el problema de la reivindicación cultural", esto es, la lucha de los sectores populares por conquistar el acceso al conocimiento, entretenimiento e información, a saber: a) aceptación y reproducción del orden vigente (la población de Ex-Sumar), b) el desarrollo de reivindicaciones secundarias contra el sistema (La Victoria y San Gregorio) y c) el cuestionamiento radical (el campamento Nueva La Habana). El objetivo del trabajo, entonces, consistía en "medir los distintos grados de cuestionamiento que suscita la práctica televisiva actual a partir de la experiencia concreta y los intereses específicos de la clase obrera" (p. 10).

El paso siguiente es la exploración de los públicos obreros: el lugar que ocupa la televisión en su vida cotidiana, los tipos consumos (de prensa gráfica, radio, televisión) discriminados por género y entre los sectores poblaciones más o menos movilizados, los modos de recepción colectiva de televisión (ante un parque de receptores escaso), la mayor o menor influencia ideológica, las representaciones en torno a los efectos positivos o negativos de la televisión.

Los dos apartados siguientes sistematizan, a partir de los testimonios recabados, las "nuevas demandas" para una política alternativa de clase en los medios de comunicación. En contra de los estudios de teleaudiencia que universalizan y homogenizan al público, las autoras postulan una indagación que considera los esquemas interpretativos, las formas de desciframiento, los códigos de clase que utilizan en el momento de la recepción. De allí que recojan testimonios que, en los sectores más movilizados y críticos, cuestionan el carácter extranjerizante de la programación, la distancia entre los programas y los intereses de la clase obrera, la inexistencia de nuevos valores generados por el proceso de cambio. Finalmente, se interpretan los testimonios en relación con los consumos de teleseries (de amor y policiales y aventura) y los programas de formato político.

En perspectiva, el trabajo de Mattelart y Piccini fue una bisagra en el campo de la investigación

latinoamericana en los años setenta. En primer lugar, porque abordan los fenómenos mediáticos desde la recepción (aunque sin dejar de examinar los procesos de producción ya sea en clave de economía política o de análisis ideológico). En segundo lugar, porque, si bien subrayan la naturaleza mitificadora de la televisión, advierten que los procesos de recepción presentan mayores complejidades de las que se pueden derivar de un modelo comunicacional monolítico, pensado sólo desde la dominación. Finalmente, porque logran establecer co-relaciones tanto entre formas de recepción y una mayor o menor formación y movilización política de las audiencias, como entre las audiencias y los géneros televisivos de entretenimiento e informativos.

En "Mujeres y medios. Memorias de un pensamiento crítico" (2007), Michèle Mattelart agrega otra valoración:

> Pero lo que resulta turbador es el placer que continuaban procurando esos programas a espectadoras que tenían una percepción crítica de su función alienante y reparaban en los mecanismos a través de los cuales ésta operaba. La cuestión que se planteaba era pues la siguiente: ¿cómo aprehender de una manera más justa y más compleja desde el punto de vista del público ese género televisivo que parecía responder a sus expectativas y conformar en parte una cultura popular femenina? Descubrí la necesidad de profundizar en la cuestión del placer experimentado por el público. Curiosamente, en el mismo momento en otros lugares, en contextos muy diferentes, otras investigadoras la descubrieron también, como veremos a continuación. Y estas convergencias, en un momento dado, se revelaron significativas en la evolución de las teorías críticas de los medios de comunicación y de su acercamiento a las culturas populares (p. 41).

Esta consideración retrospectiva pareciera reubicar el trabajo en otra serie: la de los estudios culturales, en la línea de *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination* (1982),

de Ien Ang[46]. Sin embargo, el pionero trabajo de Mattelart y Piccini presenta diferencias notables: la exposición de las encuestas se encuadra en la perspectiva de la economía política, la teoría crítica y una demografía de audiencias, a partir del registro de las condiciones históricas de recepción y de la lucha de clases. De hecho, en ese mismo artículo, Mattelart asume como propias las reflexiones de diversas investigadoras que cuestionan el *retorno a la audiencia* en la medida en que suelen estudiar la cultura de masas como si ya no representara problema alguno (según la estadounidense Tania Modleski) o en que enfatizan el empoderamiento de las mujeres para desarrollar una imagen de mayor autonomía antes que para cambiar el mundo (la australiana Mary Ellen Brown).

En esa misma orientación, y reivindicando la tradición de los estudios latinoamericanos de comunicación, Michèle Mattelart postula la necesidad de profundizar estas cuestiones, pero a partir del "encuentro entre economía y cultura", en otras palabras, desde el reconocimiento de la desigualdad y la diferencia.

La televisión y los sectores populares (1974)

Reproducimos las conclusiones del trabajo.

> Al definir nuevas condiciones a partir de las cuales los sectores tradicionalmente postergados acceden al rango de protagonistas, el momento histórico que vivimos contribuyó a posibilitar una redefinición de la práctica de investigación en el dominio de los medios de comunicación. En estas líneas finales quisiéramos precisamente centrar la perspectiva dentro de la cual se sitúa este estudio y señalar la apertura que podría constituir –dentro de los límites que derivan de su

46 Contra la tesis del imperialismo cultural y la manipulación de las audiencias, Ang postula que el público que consume *Dallas* lo hace por placer. Una observación similar y temprana acerca del placer a la hora de consumir productos de la industria de masas la encontramos también en el artículo de Paula Wajsman (1974). Ver capítulo correspondiente.

carácter decididamente exploratorio– con respecto al conjunto de trabajos producidos, en el ámbito local, en torno al problema de la comunicación de masas.

Estos estudios que abordaron este campo desde una perspectiva crítica ya sea revelando la estructura de poder sobre la que descansa el aparato de comunicación masiva o analizando los mecanismos ideológicos que presiden la organización de los mensajes lograron revelar el carácter de los medios en tanto soportes de una determinada estrategia de dominación. Frente a estos trabajos –que representan una fase decisiva y siempre válida del análisis político de los medio–, el presente estudio mantendría una relación de complementariedad en la medida en que, abordando esta estrategia desde la perspectiva de un receptor, definido en términos de clase, permite problematizar en cierta manera el concepto de "dominación", cuestionando su carácter monolítico. En efecto, el análisis de las respuestas de los sectores proletarios nos permite apreciar cómo, a partir de su práctica social, y en función de su nivel de conciencia política, el dominado desarrolla una capacidad de resistencia frente a los mensajes de la cultura de masas e interpreta el modo en que contradicen sus intereses de clase. A lo largo del estudio, es posible visualizar –aunque las zonas del consenso sean fluctuantes– las diferentes modalidades con que los distintos grupos de la muestra aprehenden el código de la dominación que estructura los mensajes y también la naturaleza represiva de los circuitos de comunicación de la burguesía que coartan la expresión y el florecimiento de su propio proyecto de cultura.

El rechazo, el brote insurreccional que se expresa en los sectores populares, de acuerdo con su grado de combatividad y de movilización, en contra del orden de la manipulación cultural, manifestaría cómo la penetración ideológica reconoce barreras en la conciencia de clase, cuyo desarrollo, contribuiría, por lo tanto, a determinar la diversidad de efectos producidos por los mensajes en el seno de los públicos. De la misma manera, esta reflexión nos conduce a mediatizar el carácter "omnipotente" de los medios que someterían las audiencias, de manera uniforme y homogénea, a la dictadura cultural de los mensajes. Se resquebraja también, en buena medida, la noción de la pasividad (como actitud ineludible) del receptor, noción que revela por de pronto su connotación

clasista. A partir de su experiencia concreta y con los instrumentos que ésta le confiere, los sectores proletarios producen un sentido particular para los objetos culturales del repertorio burgués: vale decir, la decodificación. que se efectúa no se ajusta necesariamente a la decodificación implícita o explícitamente prevista por la burguesía, que se expresaría en esta lectura "universal" tan inocentemente deseada y soñada. El mensaje se constituye de esta manera, en polivalencia, en la medida en que, para leerlo, el receptor hace fluir hacia él tanto sus antecedentes individuales biografía y psicología peculiares, cuanto sus antecedentes de clase que en caso de ser asumidos desde una perspectiva política dotan su posición de una creciente coherencia, permitiéndole enjuiciar los productos tributarios de la cultura burguesa a partir del proyecto histórico de liberación.
En un plano más general, esta línea de reflexión nos conduce a precisar que la significación del mensaje no está encerrada en éste, como propiedad intangible, inmodificable fuera de las categorías históricas congeladas en él. La significación se desarrolla en la relación dialéctica que se establece entre el mensaje y el receptor; un receptor definido como productor de sentido, que reivindica, en el mismo momento en que lee y desmitifica la palabra universal de la burguesía a partir de sus intereses concretos de clase, su papel protagónico en la construcción de un proyecto alternativo de cultura (pp. 74-75).

Referencias bibliográficas

Mattelart, A. (2013). *Por una mirada–mundo. Conversaciones con Michel Sénécal*. Temuco: Ediciones Universidad de la Frontera.

Mattelart, M. y Mattelart, A. (1968). *La mujer chilena en una nueva sociedad. Un estudio exploratorio acerca de la situación e imagen de la mujer en Chile.* Santiago de Chile: Editorial del Pacífico.

Mattelart, M. (1976) [1970]. El nivel mítico de la prensa seudoamorosa. En Mattelart, A., Piccini, M., y Mattelart, M. (eds.). *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la*

prensa liberal en Chile. Buenos Aires: Cid Editor. 220-283. Primera edición en *Cuadernos de la Realidad Nacional,* 3.

Mattelart, M. (1971). Apuntes sobre lo moderno: una manera de leer el magazine. *Cuadernos de la Realidad Nacional,* 9, 156-177.

Mattelart, M y Mattelart, A. (1972). Ruptura y continuidad en la Comunicación: puntos para una polémica. *Cuadernos de la Realidad Nacional,* 12, 100-143.

Mattelart, M y Piccini, M. (1974). La televisión y los sectores populares. *Comunicación y cultura,* 2, 3-75.

Mattelart, M. (1975). Chile: The Feminine When Bourgeois Women Side of the Coup or Take to the Streets. En *NACLA Report on the Americas,* 9:6, 14-25.

Mattelart, M. (1977). *La cultura de la opresión femenina*. México: Ediciones Era.

Mattelart, M. (1982). *Mujeres e industrias culturales*. Barcelona: Anagrama.

Mattelart, M. (1986). *Women, Media, Crisis. Femininity and Disorder*. Londres: Comedia/Methuen.

Mattelart, M. y Mattelart, A. (1987). *El carnaval de las imágenes. La Ficción brasileña*. Madrid: Akal.

Mattelart, M. y Mattelart, A. (1987). *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social.* Madrid: Fundesco.

Mattelart, M y Mattelart, A. (1997). *Historias de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Mattelart, M. (2004). Género, Tecnología e Identidad. En García Matilla, A. y Padilla, T. L., (Coords.) *Convergencia Multimedia y Alfobetización Digital*. Madrid: Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense.

Mattelart, M. (2007). Mujeres y medios. Memorias de un pensamiento crítico. En Sánchez Leyva, M. J. y Reigada Olaizola, A. *Crítica feminista y comunicación*. Sevilla: Comunicación Social, 29-55.

Mattelart, M. (2014). Género, comunicación e investigación desarrollada por mujeres. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación,* (1) 2, 1-5.

Margarita Graziano

Margarita Graziano (Argentina, 1949 – Argentina, 2000), se gradúa de la carrera de Sociología en la Universidad de Buenos Aires (UBA), su primer acercamiento al estudio de los medios de comunicación fue a través de la cátedra de Comunicación en la carrera de Letras de la UBA, a cargo de Héctor Schmucler en la que participa junto con Heriberto Muraro. En 1974 publica el artículo "Los dueños de la televisión argentina" en la edición número 3 de la revista *Comunicación y Cultura.* Durante la última dictadura militar de Argentina (1976-1983) se exilia en Venezuela donde realiza la maestría en Políticas y Planificación de la Comunicación y el doctorado en Sociología en la Universidad Central. Forma parte como profesora e investigadora del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) bajo la dirección de Antonio Pasquali, allí participa del Estudio de Factibilidad para el establecimiento de un sistema de radiodifusión en Ciudad Guayana (1977), y trabaja junto con Pasquali en el plan nacional de comunicaciones Radio y Televisión en Venezuela (RaTelVe), experiencia que la acerca a los debates sobre las Políticas Nacionales de Comunicación y el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, cuestión que se ve plasmada en los artículos "Para una definición alternativa de la comunicación" (1980), "Política o Ley: debate sobre el debate" (1988) y "Guía teórica 1°parte" (1997).

Regresa al país al retorno de la democracia en 1983 y se incorpora al "Grupo Esmeralda", que estaba conformado por un equipo de intelectuales y académicos que acercaban ideas al reciente gobierno de Raúl Alfonsín; Graziano está a cargo del Grupo de medios y participa del Consejo de Consolidación de la Democracia (CoCoDe) siendo una de las redactoras del proyecto de ley de radiodifusión

que ingresa al Congreso de la Nación en 1987 (Baranchuk, 2010). También al retorno de la democracia comienzan las primeras conversaciones para el diseño de lo que sería la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA, los/as convocados/as para armar el plan de estudios son "Alicia Entel, Ana María Nethol y Oscar Steimberg, además del propio Schmucler. Graziano se incorporaría unos meses más tarde, invitada por Alicia Entel para trabajar en el diseño de la Carrera. También lo haría Heriberto Muraro" (Mastrini, 2020).

En la reciente carrera de Ciencias de la Comunicación Graziano se hace cargo de la orientación de Políticas y Planificación y posteriormente de las cátedras de Políticas y Planificación de la Comunicación y Metodología del Planeamiento. En 1997, tras un año de acefalía en la carrera, es elegida directora. Existen numerosos recuerdos, dedicatorias y homenajes a Graziano por sus contribuciones en el campo de los estudios de las políticas nacionales de comunicación y la economía política de la comunicación, perspectiva desde la que aportó una mirada crítica al estado de situación de los medios. También es recordada por ser la directora de la carrera de Comunicación que se opuso, en los años 90, el ingreso de la Maestría de Clarín en la Facultad de Ciencias Sociales: "Margarita había sido hablada para que se incorporase a un pequeño grupo gestor de la iniciativa, cuando todavía todo se mantenía en secreto. Por el contrario, como directora hizo públicas las conversaciones y convocó al claustro docente que, como se recordará, rechazó la maniobra" (Mestman, 2001, p. 11). Quienes integraron su equipo de cátedra la recuerdan como "la que aportaba una mirada crítica del sistema de medios, pero a la vez manifestaba un amplio respeto por las más diversas opiniones; la que defendía enérgicamente la Universidad Pública; la que en los últimos años supo llevar adelante la transformación de la carrera de Ciencias de la Comunicación" (Albornoz y Mastrini, 2000, s/p). Por todo esto y también por haber sido la única directora mujer que tuvo

la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA hasta 2020 es que Graziano es recordada como una de las pioneras del campo comunicacional en Argentina.

Diagnóstico y denuncia

Graziano publica en 1974 un artículo sobre los dueños de la televisión argentina, lo escribe en pleno proceso de estatización del medio. Cabe recordar que, tras 13 años de televisión privada en el país, en 1973, a partir del decreto 1761/73, se dispone la caducidad de las licencias para operar los canales *9, 11* y *13* de Capital Federal, el *8* de Mar del Plata y el *7* de Mendoza. Graziano observa que hasta ese momento el tema de la radiodifusión ocupaba un nulo espacio en los medios de comunicación y a partir de estas medidas cobra notoriedad en la prensa "desde la denuncia y la crítica hasta la enunciación de políticas viables para el área" (1974, p. 175). Interesada en abordar el análisis de la televisión, parte de reconocer "la inexistencia en nuestro país de un estudio más o menos completo sobre el medio, que brinde la apoyatura informativa que requiere todo intento de transformación del mismo" (1974, p. 177).

El trabajo ofrece una cantidad de datos y cuadros sistematizados que aportan no sólo información valiosa sobre el estado de situación del medio, sino que oficia de diagnóstico sobre la concentración y poder mediático en Argentina y en América Latina. Se exponen datos sobre la cantidad de canales y repetidoras y sobre su estructura de propiedad: ya sea ésta privada, municipal, universitaria, dependiente del Gobierno provincial o de la administración general, da cuenta de la distribución geográfica de los canales por cada provincia. También ofrece cuadros sobre la cantidad de emisoras de televisión instaladas entre 1951 y 1969, la posesión de aparatos televisivos en Capital Federal y Gran Buenos Aires entre los años 1960 y 1972. Da cuenta del

alto grado de concentración económica en la propiedad de los medios, la interdependencia con capitales extranjeros, y señala la penetración de grupos estadounidenses (CBS, NBC, ABC, Time Life) en los medios en América Latina.

Dominación y penetración son dos términos que se desprenden de su artículo. Así resalta el rol de las agencias de noticias internacionales como el vehículo para dicho propósito: "la vinculación que se establece con el capital extranjero a través de las agencias noticiosas internacionales constituye quizás una de las formas más sutiles y peligrosas de dependencia. En 1967 dichas agencias cubrían con su información el 84% de las colocaciones de noticias extranjeras en los diarios de América Latina" (1974, p. 186). En Argentina el grado de dependencia lo describe a través del sistema: canal de cabecera –productora– canal del interior del país, también caracteriza a los grupos vinculados con los canales 9, 11 y 13 de la Capital Federal y por último da cuenta del crecimiento, a lo largo de los años, de la audiencia y el porcentaje anual en tiempo de pantalla dedicado a cada género televisivo desde 1960 a 1972.

Al igual que los trabajos pioneros de Fátima Fernández Christlieb y Elizabeth Fox, Graziano ubica a los dueños de la televisión en una estructura económica dependiente y analiza la penetración estadounidense en el medio televisivo. Advierte que "todo proyecto oficial que contemple en su enunciación un cambio en la estructura actual de los tres canales privados de cabecera hará sentir su influencia en el resto del sistema, a nivel nacional" (1974, p. 189).

Y también, al igual que las autoras recién mencionadas, que desde la perspectiva de la economía política se acercan al análisis de la estructura de los medios, Graziano reconoce la influencia[47] de Antonio Pasquali como quien inicia a partir de 1964 una "sociopolítica de las comunicaciones". Hace

---

47 Destaca, además, los trabajos de Armand Mattelart y Ariel Dorfman en el Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CEREN) en Chile y los de Héctor Schmucler en Argentina.

referencia al libro *Comunicación y Cultura de Masas* (1964), "obra que como él mismo señaló trató de DESMONTAR LA ESTRUCTURA DEL EMISOR, a mi juicio, en la plena convicción de que la "comunicación" como hasta entonces solíamos llamarla era mucho más un problema de poder económico" (1997, p. 2). Estas afirmaciones corresponden a la guía teórica del primer teórico de la materia "Políticas y Planificación de la Comunicación" que dictaba en la UBA. Allí realiza una suerte de balance e historia de esta área de estudio y también reconoce los trabajos de "Peter Shenkel, publicados por CIESPAL, en las que se trata de abordar desde una óptica crítica las características del sistema de medios en cinco países latinoamericanos, o también los de Elizabeth Fox y Luís Ramiro Beltrán. En esta óptica podrían inscribirse las investigaciones realizadas por Gonzaga Motta o Nelly Camargo en ese Brasil signado por el alto desarrollo de los estudios de comunicación" (1997, p. 2).

Desencanto y alternativa

Desde la publicación de ese temprano artículo –en el que da cuenta de la estructura de poder de los medios, su sistema de propiedad y control– hasta "Para una definición alternativa de la comunicación" (1980), se suscitaron una serie de cambios políticos y sociales que llevaron a Graziano a reflexionar en torno a los medios desde una óptica diferente: la comunicación alternativa[48]. Durante la dictadura militar en Argentina Graziano se exilia en Venezuela, allí completa su formación de maestría y doctorado y se incorpora como docente e investigadora al Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) bajo la dirección de Pasquali

48 Ella misma aclara que el interés por este tema no deja de lado "la preocupación por el marco de las políticas nacionales en el área" (1980: s/p).

durante el período 1974-1978[49]. Pasquali recuerda la llegada de Graziano al ININCO de la siguiente manera:

> Venía de la Sociología, pero atraída desde muy joven por el creciente peso de la comunicación en la vida de la humanidad, como instrumento de control social y arma de la Guerra Fría. Sentía una importante propensión por lo que en aquellos años iba bajo la genérica etiqueta de "comunicación alternativa", pero siempre pensé que Margarita englobaba allí todo proceso emancipador, desconfiscador del comunicar, renovador y emancipador que lograse devolver a la gente su decomisada capacidad de emitir [50] (Mastrini, 2020).

La participación de Graziano en diferentes proyectos y debates en torno a las Políticas Nacionales de Comunicación le permite no sólo seguir problematizando la concentración mediática en la región sino pensar reformas en la legislación que faciliten un mayor acceso y participación por parte de la ciudadanía en los medios de comunicación. Es, precisamente, a partir de toda esa experiencia que escribe el artículo "Para una definición alternativa de la comunicación" (1980), lo hace a modo de balance y propuesta a partir del desencanto por las iniciativas de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en materia de Políticas Nacionales de Comunicación[51] durante los años 70. Graziano ubica su

49 Le siguió Oswaldo Capriles hasta 1986.

50 Conversación personal de Guillermo Mastrini con Pasquali, julio de 2017. Agradecemos especialmente a Guillermo Mastrini por el texto inédito sobre Margarita Graziano que nos facilitó, actualmente ya publicado bajo el título "Margarita Graziano: entre la academia y la acción política" (2020).

51 En el mismo sentido y a modo de balance señala Fuentes Navarro (1992) "la tensión entre la generación de conocimiento sobre la comunicación en América Latina y la transformación social de los sistemas respectivos en términos de impulso a la democracia, se sintetizó en el movimiento hacia la definición de políticas nacionales de comunicación, que atravesó el continente en los años setenta y ochenta. Aunque la opinión más generalizada es que esos movimientos condujeron a un fracaso tras otro (Fox, 1989b; 1989c; Capriles; 1990), dejaron un cúmulo de aprendizajes todavía no completamente asimilados" (1992, p. 188).

propuesta como la fase siguiente al fracaso de estas iniciativas, periodiza dos etapas en los ejes de indagación en la materia:

> Su primera fase, por una toma de conciencia de la estructura del aparato massmediático, en términos de propiedad, control y contenidos, y en su segunda fase, por una también conciencia de las limitaciones de una posible incidencia del sector investigación en los niveles de toma de decisiones en el plano nacional. En otras palabras, el interés por el estudio de los problemas relacionados con las que por ahora genéricamente denominan "alternativas comunicacionales", podría ser calificado en la práctica como el estadio inmediato posterior a la etapa de auge de las investigaciones destinadas a servir de base a formulaciones en el marco de "políticas nacionales de comunicación" (1980: s/p).

Propone pensar en la necesidad de una comunicación alternativa como posibilidad de un proyecto distinto en relación con las propuestas de la UNESCO, tras realizar algunas delimitaciones conceptuales en torno a expresiones como "comunicación horizontal", "comunicación participatoria", "uso alternativo de los medios" y "comunicación alternativa", retoma los términos "acceso y participación" procedentes de la Conferencia de Nairobi de 1976, recogidos luego por la UNESCO. Reconoce el aporte de la Organización: "sería impropio no reconocer en estas definiciones de UNESCO la importancia de haber marcado un hito en la lucha que en algunos países se comienza a sostener por esa misma época en términos de la necesidad de formulación de políticas nacionales de comunicación" (1980: s/p). A continuación, da cuenta de las limitaciones: "[sería impropio] aceptar sin más tales definiciones pues, de hacerlo, incurriríamos en el error de descontextualizar fenómenos históricamente signados y políticamente significativos que no pueden ser abandonados en el plano de la propuesta teórico-conceptual" (1980: s/p). Precisamente la autora ve como límite el reclamo de "mayor acceso y

participación" de la ciudadanía en el sistema de medios, por ello su propuesta es la de redefinir los mecanismos de acceso y participación en relación con un proyecto distinto: la comunicación alternativa.

Graziano entiende a la comunicación alternativa desde una estrategia totalizadora que "no puede ser asumida ni como experiencia parcial ni como objeto de formulación por parte de investigadores aislados, sino como uno de los más importantes aspectos a desarrollar en el seno de una organización política" (1980: s/p). Las experiencias del grupo Cine Liberación, del Cine Base, de las radios guerrilleras en El Salvador quizá sean los ejemplos en lo que está pensando. Define la comunicación alternativa como "aquellas relaciones dialógicas de transmisión de imágenes y signos que estén insertas en una praxis transformadora de la estructura social en tanto totalidad" (1980: s/p). De esta definición sólo dos observaciones: por un lado, piensa la comunicación íntimamente ligado a la política y la militancia dentro un proyecto revolucionario, y por el otro, al hacer hincapié en lo "dialógico" se aleja de la idea de los medios en el sentido de lo unidireccional de la información.

Este artículo ha tenido una gran circulación en las investigaciones, que a partir de las 80, comenzaron a indagar sobre la comunicación alternativa, ya sea desde el análisis de experiencias a reflexiones sobre los conceptos y modelos para abordar el análisis de la alternatividad[52]. "Para una definición alternativa de la comunicación" (1980) viene a "cerrar" una primera etapa de los trabajos pioneros en el campo de la comunicación, en él se pueden ver no sólo los debates y expectativas incumplidas de la época, sino también hacia dónde se creía debían perfilarse las investigaciones y propuestas en esta área. A continuación, y,

---

52 En los diferentes programas académicos el artículo de Graziano se dicta en polémica a las ideas vertidas por Máximo Simpson Grimberg (1986), se suelen resumir estas dos propuestas como "modelo de vanguardia" y "modelo de base".

para terminar, nos acercamos a sus escritos publicados a partir de los 80.

Intervención y balance

En una suerte de arqueo por sus publicaciones observamos que Graziano comienza sus artículos haciendo mención al contexto político y social para así ubicar su análisis en relación con los cambios que se suscitan en el cruce de lo político y lo comunicacional. Así en su artículo de 1974, enmarcaba su diagnóstico sobre la situación de la televisión en Argentina a partir del decreto que habilita la caducidad de las licencias de los canales privados, el posible cambio en la propiedad de los medios le permitía sistematizar el estado de dependencia y dominación que hasta entonces habían tenido los medios en la región, no sólo en Argentina. En su artículo de 1980, el fracaso de las Políticas Nacionales de Comunicación era el marco de reflexión sobre la comunicación alternativa.

En 1988 publica "Política o Ley: Debate sobre el Debate" (1988), el contexto en el que está reflexionando se caracteriza por el retorno de la democracia al país, Graziano regresa de su exilio en Venezuela y se acerca al "Grupo Esmeralda", un conjunto de intelectuales cercanos al presidente Alfonsín. En materia de medios, una de las mayores expectativas era obtener una nueva ley de radiodifusión que sustituyera a la ley del gobierno militar, de hecho, la plataforma electoral de la Unión Cívica Radical prometía la derogación inmediata del decreto-ley 22.285 de 1980, pero una vez ganadas las elecciones transcurren cuatro años hasta que se elevó al Congreso su propio proyecto. Es en este contexto que Graziano escribe: "Desde el envío por parte del poder Ejecutivo Nacional de su proyecto de ley de Radiodifusión, que tantos avatares sufriera tanto en el Consejo de Consolidación de la Democracia como en el

difícil tránsito por las instancias del gobierno, parece haberse abierto en parte un debate más amplio sobre la problemática de la comunicación en el país" (1988, s/p). Vale recordar que desde el retorno de la democracia los medios privados, en especial la prensa gráfica, ejercían una fuerte presión para lograr cambios legislativos en materia de medios, cuestión que durante el menemismo se lleva a cabo con la privatización de los canales y la conformación de los multimedios, entre otros cambios.

Graziano propone "volver la mirada sobre la problemática de las Políticas de Comunicación" (1988: s/p) en tanto pensar los medios de comunicación por fuera del lucro que caracteriza al sistema de medios. Si tuviésemos que trazar una síntesis de sus intervenciones podríamos resumirla de la siguiente manera: del diagnóstico y la denuncia (1974) pasando por el desencanto y la propuesta (1980) para llegar al retorno de las Políticas Nacionales de Comunicación (1988):

> La necesidad de luchar –aún desde el ámbito de la discusión por una ley, cuya transitoriedad es previsible como la de todo elemento normativo–por una POLÍTICA NACIONAL DE COMUNICACIÓN parte de la consideración de que la dimensión cultural y comunicacional es un área prioritaria de trabajo en la cual el Estado debe concentrar esfuerzos, decisiones y recursos para cumplir con uno de los requisitos básicos de la consolidación democrática: el brindar al ciudadano no solo el acceso a la información necesaria para la formación de opiniones sino también el garantizar los mecanismos efectivos para la libre expresión de su pensamiento (1988, s/p).

Graziano asume el rol del Estado como "una responsabilidad, en tanto éste deberá actuar como garante y estimulador de la libertad de expresión y, al mismo tiempo, como activo vigilante para impedir cualquier manifestación que cercene su ejercicio o propicie su uso elitesco y privilegiado asentado en el poder económico, político o social" (1988: s/p). A esta propuesta, si bien interesante, también le cabrían

las mismas observaciones que la propia Graziano realiza en su artículo de 1980 "suponerle otro carácter que el de desiderata a la perspectiva de la UNESCO sería suponer al mismo tiempo o un sistema de medios dispuesto a abrirse después de más de treinta años de asumir la "comunicación" como "negocio" privado o un Estado en el que los conflictos internos entre sectores de clase logren la aparición de una brecha que permita el favorecimiento de propuestas de este tipo" (1980: s/p).

En la guía teórica (1997) de su materia "Políticas y Planificación de la Comunicación" a modo de balance por el devenir de las Políticas Nacionales de Comunicación realiza una descripción de sus diferentes etapas y ofrece una matriz de análisis para el estudio del sistema de medios, este *racconto* seguido de una propuesta de análisis es lo que se abordaba en su materia: "en su cátedra se respiraba un aire de entusiasmo por la creación de modelos de comunicación como en pocos rincones universitarios. Los estudiantes de comunicación se trasladaban en el tiempo para escuchar los relatos de Graziano sobre el fenómeno de las radios mineras bolivianas que servían para la comunicación popular y para resistir las numerosas dictaduras militares" (Pavón: 2012: s/p). En sus clases, dejaba huella desde la economía política de la comunicación, no sin cambios y mutaciones a lo largo de los años, así pues, no tardarán en llegar los años 90 y allí en pleno proceso de privatización del menemismo volverá a encontrar a Graziano luchando contra las lógicas privatistas de los medios en la propia universidad.

Los dueños de la televisión argentina (1974)

Reproducimos un fragmento del artículo.

> Para analizar en qué medida el área en estudio ha estado sujeta a la influencia del capital extranjero partimos de una caracterización general del sistema de propiedad de los medios de

comunicación, tal como dicho sistema se presenta en América Latina.

En este sentido podemos comenzar por verificar la existencia de un *alto grado de concentración económica,* entendiendo por tal al fenómeno por el cual la propiedad de los medios se halla por lo común en manos de unas pocas empresas, en general de carácter familiar, y vinculadas con el resto de las grandes empresas industriales, comerciales y agrícolas y con los círculos políticos del país en que operan.

Si tener en cuenta comportamientos locales de carácter particular, se puede sostener que, en gran parte de los países de América Latina, es válida la diferenciación entre "gran empresa" y oligarquía, por un lado, y radio y televisión y burguesía, por otro.

En segundo lugar, se puede observar que en prácticamente todos los países del área existe una estrecha interdependencia entre los diversos medios y el capital extranjero, vínculo que asume, según el caso, distintas formas de manifestación. Sin agotar las muy variadas expresiones de dichas dependencias, podemos señalar como las más corrientes: a) las que se establecen por inversiones directas en el medio en cuestión; b) las que se originan en el control, por parte de capitales extranjeros, del mercado internacional de programas, equipos o materias primas; c) las vinculaciones a través del campo de la publicidad (anunciantes, agencias publicitarias) y d) las que provienen del suministro de información por parte de las grandes agencias noticiosas.

Así como creímos necesario señalar el hecho de que la "clasificación" expuesta en el párrafo anterior constituye sólo un esbozo de las principales formas que puede asumir la dependencia, consideramos importante dejar aclarado que dichas formas operan, en la mayor parte de los casos, de manera combinada. Así pues, la inversión directa en un medio suele ir acompañada de la exigencia, por parte del inversor, de comprar equipos producidos por empresas relacionadas con él. En otros casos es el retraso de la industria local el que obliga al empresario a adquirir tales equipos a grandes consorcios extranjeros, operación que inevitablemente llevará aparejada la consabida solicitud de crédito en bancos no nacionales.

En cuanto a la relación de dependencia que se establece a través de la publicidad bastará con recordar que la mayor

parte de las grandes agencias que operan en América Latina no son más que subsidiarias de las que, en muchos casos con idéntico nombre, manejan el mercado norteamericano. Lo mismo ocurre con el grueso de los anunciantes locales, los que efectivizan sus operaciones publicitarias a través de las mismas agencias que utilizan en EE.UU. Tomando como base tales datos resultará fácil comprender cómo la negativa a invertir en determinado medio puede provocar sin mayores complicaciones el cierre del mismo.

La vinculación que se establece con el capital extranjero a través de las agencias noticiosas internacionales constituye quizás una de las formas más sutiles y peligrosas de dependencia. En 1967 dichas agencias cubrían con su información el 84% de las colocaciones de noticias extranjeras en los diarios de América Latina. El 49.5% era manejado por la United Press International, agencia que, de esta manera se convertía en el instrumento máximo de contralor de la información que ingresara a cada uno de nuestros países, así como en el principal veedor del material proveniente de ellos.

PENETRACIÓN NORTEAMERICANA EN EL MEDIO TELEVISIVO

Para ningún estudioso de la materia constituye una novedad la existencia de lazos económicos entre cada uno de los tres canales privados que operan en la Capital Federal y los grandes consorcios o cadenas norteamericanas de televisión, lazos que signaron desde su origen y por largo tiempo el desarrollo del medio en nuestro país.

Con el objeto de vislumbrar las verdaderas implicancias de dicha relación trataremos de señalar algunos datos que contribuyan a la descripción de las cadenas ABC, CBS y NBA (pp. 185-186).

Tanto los estudios particulares sobre el área como los escasos informes oficiales en la materia, limitan el análisis de la red de TV en nuestro país a un plano puramente formal. Puestos ante la necesidad de establecer las vinculaciones entre las distintas emisoras, ambos tipos de trabajo se han restringido por lo común, a la confección de un listado, más o menos exhaustivo, de las diferentes teledifusoras, acompañadas de sus respectivas estaciones repetidoras. Tal enumeración, si bien constituye un elemento básico para cualquier elaboración posterior, no agota en sí misma la multiplicidad y

variedad de vinculaciones existentes dentro del área.
Así pues, todo intento de trazado de una red que pretenda trascender el mero marco de un relevamiento, deberá abarcar distintos niveles de análisis; la medición del alcance real de una teledifusora a través de la fijación de su área de cobertura (zonas a las que llegan sus emisiones, ya sea en forma directa o a través de estaciones repetidoras), constituye un primer y fundamental acercamiento. Sin embargo, dicho nivel eludiría el plano de las relaciones entre las distintas emisoras y los llamados "canales de cabecera", relaciones que se tornan insoslayables con la mera lectura de la programación de estos últimos y su comparación con la de los del interior del país.
A pesar de las dificultades con las que se topará nuestro intento por llegar a concretar el trazado de una red de televisión, consideramos que tal tarea reviste un carácter ineludible. Es más, la actual situación, impide toda postergación al respecto. Desde dicho ángulo es que afirmamos que *todo proyecto oficial que contemple en su enunciación un cambio en la estructura actual de los tres canales privados de cabecera hará sentir su influencia en el resto del sistema, a nivel nacional* (p. 189)

Referencias bibliográficas

Albornoz, L. y Mastrini, G. (2001). Margarita ya no está… Diario *Página/12.*

Baranchuk, M. (2010). Una historia sobre la promulgación de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (o el largo camino hacia la democratización de las comunicaciones). En *LEY 26522 DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. Historia, antecedentes europeos y principales artículos*. Buenos Aires: Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Fuentes Navarro, R. (1992). Políticas nacionales de comunicación y democracia. En *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*. México: Felafacs.

Graziano, M. (1974). Los dueños de la televisión argentina. *RevistaComunicación y Cultura,* 175-212.

Graziano, M. (1980). Para una definición alternativa de la comunicación. Revista *ININCO*.

Graziano, M. (1986). Política o Ley: Debates sobre el Debate. Revista *Espacios*.

Graziano, M. (1997). Guía teórica 1°parte. Carrera de Ciencia de la Comunicación. Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.

Mastrini, G. (2020). Margarita Graziano: entre la academia y la acción política. En *Pensadoras de la comunicación argentina*. Buenos Aires: UNGS, 15-47.

Mestman, M. (2001). In memoriam: Margarita Graziano. *RevistaZigurat*, 8-11.

Pasquali, A. (1964). *Comunicación y Cultura de Masas*. Caracas: Monteávila.

Pavón. H. (2012). *Los intelectuales y la política en la Argentina. El combate por las ideas 1983- 2012.* Buenos Aires: Debate.

Simpson Grinberg, M. (1986). *Comunicación alternativa y cambio social*. México: Premia Editora.

Paula Wajsman

Paula Wajsman (Argentina, 1939 – Argentina, 1995), es egresada de la carrera de Psicología de la Universidad de Buenos Aires, ejerció como psicóloga, traductora, investigadora y escritora. Vivió en Argentina, Francia, Senegal, México, América Central y Estado Unidos. Participó de diferentes grupos de estudios en la década de los 70 en Buenos Aires, vinculados con el psicoanálisis y la semiótica, "el grupo de investigación de Oscar Masotta, las revistas *Literal, Los Libros* y *LENGUAjes*" (Gómez, 2013, s/p). En la revista *Los Libros* publicó junto con Carlos Sastre "Las revistas infantiles" (1969) y en *LENGUAjes* "Polémicas. Las imágenes del imperialismo (I). Una historia de fantasmas" (1974). Entre las traducciones que realizó se puede mencionar la obra de Emile Durkheim, *Las reglas del método sociológico*.

Como escritora publicó en 1990 la novela *Informe de París,* "la edición tuve escasa distribución y la novela pasó casi desapercibida, lo que generó en Wajsman –que esperaba para el texto un impacto más rotundo– una sensación de fracaso y frustración, y la voluntad, según el relato de Gorosdicher, de no definirse públicamente como escritora" (Gómez, 2013, s/p). Fue amiga y consejera de Manuel Puig. Al fallecer dejó inédita la novela *Punto atrás,* publicada en 2013 en la colección Narradoras Argentinas por la editorial de la Universidad de Villa María, también dejó inédito un libro de cuentos *Crónicas e infundios*, publicado en 1999, así como dos libros de poesías y cuadernos con poemas.

Si bien Wasjman sólo escribió dos artículos que podemos ubicar dentro del incipiente campo comunicacional, uno de ellos –"Polémicas. Las imágenes del imperialismo (I). Una historia de fantasmas"– adquiere relevancia por varios motivos: por un lado está polemizando con un libro clave de la época, que la traspasó y ha circulado tanto por

la academia como por otros ámbitos sociales, políticos y culturales, estamos haciendo referencia a *Para leer al Pato Donald* (1972) de Ariel Dorfman y Armand Mattelart, y por el otro y en consonancia con lo anterior, el texto de Wajsman no sólo ha sido muy citado en artículos y ponencias que reconstruyen la historia del campo, sino que también ha sido incorporado a programas académicos que enseñan las teorías de comunicación Latinoamericanas. Por ello, si bien la trayectoria de la autora se aleja de las problemáticas del campo, es que consideramos relevante acercarnos a este artículo que refleja los debates de una época.

Antecedente

El artículo "Las revistas infantiles" (1969), escrito junto a Carlos Sastre, ha tenido menos circulación en comparación con la crítica al libro de Dorfman y Mattelart, sin embargo, resulta interesante detenernos en este primer antecedente. Allí Wajsman indaga en el mundo de las revistas infantiles (de aventuras, humorísticas y escolares) y las actitudes frente a éstas por parte de madres, niños y maestras. Publicado en la revista *Los Libros,* tiene la impronta de su profesión –el psicoanálisis–, plantea un primer acercamiento para conocer las actitudes de los públicos de dichas revistas. En cuanto a los y las niños/as, identifica tres aspectos que reivindican de las revistas: la violencia, la sexualidad y la tristeza o la muerte, y desde el psicoanálisis se los interpreta:

> La necesidad de expresar impulsos de violencia, que perciben tanto en ellos mismo como en el mundo exterior, hace que los chicos gusten de las revistas en las cuales se incluye y manifiesta la agresión […] La maldad es un personaje sabiamente buscado por los niños en el texto (p. 12).
>
> Los chicos esperan también de la lectura que legitime y complete su información sobre la sexualidad. Preocupación

> nacida de su propio cuerpo, de su observación de la vida familiar, impregnada por los chistes y los relatos de quienes están "avivados", que encuentra su imagen en los bellos cuerpos que la comunicación de masas les presenta en el cotidiano jingle televisivo (p. 12).

> También les gusta a los chicos que en las revistas sucedan cosas tristes. Valoran una revista en la que "hay amigos que fallecen o se hieren". Como no desconocen las pérdidas y las tristezas consecuentes, los temores y las añoranzas que suscitan la separación, desean encontrar estos dolores en las revistas (p. 13).

En cuanto a las madres, identifica dos grupos: por un lado, las que rechazan las revistas de aventuras y defienden las escolares y por el otro las que habilitan las revistas de aventuras y usan las escolares para las tareas de la escuela, "división que señala en uno y otro grupo una relación distinta con los deseos y con los placeres de sus hijos" (p. 13). De las maestras afirma que se "manifestaron como privilegiadas representantes de lo que hemos dado en llamar la cultura "oficial" para los niños (…) partidarias declaradas del deber, les molesta en los chicos su empecinada atracción por aquello que les produzca un puro placer funcional" (p. 21). Sería entonces, para Wajsman y Sastre, la familia y la escuela –la madre y la maestra– quienes rechazan estos productos de la cultura masiva que los y las niños/as prefieren y donde manifiestan sus subjetividades deseantes.

Este artículo en co-autoría es producto de un trabajo de investigación, del cual, quizá por cuestiones de espacios, no se mencionan aspectos metodológicos que permitan comprender la manera en que se llevaron adelante las entrevistas, sólo se resumen las principales conclusiones de la investigación. Se indaga en las "actitudes" de estos tres grupos frente a las revistas infantiles. Aquí resulta interesante detenernos en dos aspectos, por un lado, la interpretación desde el psicoanálisis en una investigación que indaga en la cultura masiva, que como los propios autores afirman

es muchas veces desvalorizada. Wajsman y Sastre finalizan el artículo advirtiendo: "entendemos que la consideración de los vínculos establecidos en el proceso de circulación de las revistas entre adultos y niños (que nos lleva de la prohibición al permiso, del deseo insatisfecho a la nunca total gratificación) y entre niños (que nos muestran en acto un complejo sistema de valoración y cambio), configuran datos valiosos acerca de un sector de la comunicación que pertenece a la literatura infantil" (p. 21). Concluyen que se habla de las revistas "desde afuera" y de los usuarios "desde adentro", y ello lo consideran relevante en tanto pueda contribuir "a una definición de los diversos tipos de revistas a través de la consideración de las propiedades que las hacen equivalentes o extrañas entre sí" (p. 21). Esta investigación, la ubicamos en el incipiente campo comunicacional como un antecedente que se acerca a indagar en los públicos o en términos de Wajsman y Sastre en "los usuarios". Asimismo, le otorga a la autora una serie de conocimientos sobre los y las lectores/as de estas revistas que serán insumo para su posterior artículo publicado en *LENGUAjes*.

También este trabajo conecta, en parte y sin querer forzar, con investigaciones de la época. Mencionamos en capítulos anteriores la investigación a cargo de Mabel Piccini –"El cerco de las revistas de ídolos" (1970)–, allí la autora desarrolla un análisis desde la crítica ideológica de las revistas destinadas a la juventud. En ese mismo momento Wajsman se acerca a las revistas infantiles, parecería allí vislumbrarse un producto de masas que atrae la atención de las investigadoras (aunque analicen revistas destinadas a segmentos etarios diferentes). Asimismo, es la propia Piccini quien reconoce que se debería realizar una investigación de las revistas que indague en el impacto o consecuencias de estas publicaciones en sus públicos. En ese sentido, el trabajo de Wajsman, se ubica pionero en tanto lleva adelante una investigación sobre las actitudes de quienes consumen revistas infantiles.

Revistas

Si bien excede los propósitos de este capítulo profundizar en las características de dos de las revistas pioneras en el campo comunicacional latinoamericano –*LENGUAjes* y *Comunicación y Cultura*[53]–, y su rol destacado en los debates del campo, es necesario al menos nombrar algunas de sus características para así comprender la relevancia del artículo de Wajsman y las polémicas que se suscitaron al respecto. Muy sumariamente podemos destacar que la revista *LENGUAjes* comienza a editarse en Argentina en abril de 1974, la bajada del título es "Revista de lingüística y semiología", en su primer editorial se manifiesta "la necesidad de la inserción en la estrategia de las luchas populares contra la explotación externa e interna, y la necesidad de la producción de teoría, de conocimiento. Ambas necesidades son a nuestro juicio igualmente prioritarias" (p. 2). Se publican un total de cuatro números, el segundo en diciembre de ese mismo año, el tercero en abril de 1976 y el último en mayo de 1980, en éste la bajada del nombre cambia por "Revista argentina de semiótica". Forman parte del comité editorial Juan Carlos Indart, Oscar Steimberg, Oscar Traversa y Eliseo Verón. Como antecedente de la publicación se encuentra la Asociación Internacional de Semiótica fundada en 1969, y en 1970 la Asociación Argentina de Semiótica. El marco institucional que acompaña a *LENGUAjes* da cuenta de las perspectivas teóricas desde donde se posiciona. El repertorio de lecturas que se explicitan en la revista son, Barthes, Propp, Greimas, Kristeva, Jakobson, Lacan, Freud, Levi-Strauss, Metz, Todorov y Eco (Duek, 2007).

Comunicación y Cultura se vincula directamente con un posicionamiento crítico hacia los medios de comunicación;

53 Entre muchos otros trabajos podemos nombrar: el número especial sobre *LENGUAjes*, por sus 30 años en la revista *Foul-Táctico*, Gutiérrez Reto, M., Martínez Mendoza, R. y Petris, J. L. (2005); Duek (2007); Barreras (2013); Lenarduzzi (1998, 2014); Margiolakis (2016).

la bajada del título es "La comunicación masiva en el proceso político latinoamericano". Comienza a editarse en Chile en 1973 en el marco del gobierno de la Unidad Popular de Salvador Allende; a partir del golpe de estado la revista se publica en Argentina desde su número dos al cinco; y tras un nuevo golpe de estado en Argentina se traslada a México hasta su última edición, el número 12, de 1984. Los impulsores de la publicación son Armand Mattelart y Héctor Schmucler, quienes se exilian a causa de los golpes de estado en Chile y Argentina. En el editorial número 1 se manifiesta explícitamente el objetivo que pretenden alcanzar: "Establecerse como órgano de vinculación y expresión de las diversas experiencias que se están gestando en los países latinoamericanos, en el campo de la comunicación masiva. Evidentemente, no se trata de asumir cualquier experiencia, sino las que favorecen a los procesos de liberación total de nuestras sociedades dependientes (1973, p. 3). Las lecturas en las que se referencian son las de Antonio Gramsci (el concepto de intelectual orgánico), Barthes (la crítica ideológica como perspectiva desde donde analizar los contenidos de los medios), y la teoría de la dependencia.

En la misma línea de *Comunicación y Cultura* se ubica el libro *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialimo* (1972)de Armand Mattelart y Ariel Dorfman[54], siendo uno de los casos más reconocidos y paradigmáticos de investigaciones unidas con la práctica política. Desde

54 En una entrevista Mattelart explica el origen del libro en relación con el clima política del momento: "En cuanto a la genealogía de este "librito" puedo decirle que fue hecho en respuesta a un pedido de los obreros, de los trabajadores tipográficos de la imprenta gubernamental chilena que publicaba grandes cantidades de revistas y periódicos. Esta imprenta estatal, que el gobierno de Unidad Popular había heredado del gobierno anterior Demócrata Cristiano, tenía que seguir publicando historietas —a raíz de un acuerdo que hubo entre los dos partidos— y esta continuidad formaba parte del pacto de garantías constitucionales. Por esos años hubo una movilización tal de la derecha contra la Unidad Popular que se reflejaba hasta en las historietas. Entonces, los obreros vinieron a buscarnos diciendo: "Es muy curioso, seguimos imprimiendo revistas que nos dan cachetazos; nos interesaría saber que hay detrás de todo esto" (1996: 13).

la crítica ideológica los autores dan cuenta de la ideología imperialista subyacente en los personajes de Disney. A partir de la publicación del libro se desarrollan una serie de polémicas publicadas entre ambas revistas sobre la cuestión del método de investigación[55] y la tensión / relación / vinculación entre hacer ciencia y hacer política. *LENGUAjes* considera que el libro tiene un método de análisis intuitivo (Wajsman: 1974; Verón: 1974); la respuesta por parte de *Comunicación y Cultura* se basa en que la justificación del por qué y para qué investigar se ubica en la realidad social, es decir el método se justifica políticamente. Los artículos a los que hacemos referencia son los de Wajsman "Una historia de fantasmas" (1974), y Verón "Acerca de la producción social del conocimiento. El estructuralismo y la semiología en Argentina y Chile" (1974), ambos de la revista *LENGUAjes,* y Schmucler "La investigación sobre comunicación masiva" (1975) en *Comunicación y Cultura*.

Placer, método y política

Nos interesa destacar algunos aspectos de la crítica de Wasjman al libro de Dorfman y Mattelart. La autora menciona la investigación sobre las revistas infantiles publicada en *Los Libros* como antecedente que le permite conocer las actitudes de los y las niños/as, madres y maestras ante las revistas, cita a dicho trabajo como forma de legitimar los argumentos que esboza: "en el curso de una investigación

55 Otro debate entre las dos revistas se dio a partir del libro *Cine, cultura y descolonización* (1973) escrito por Fernando Solanas y Octavio Getino. La crítica realizada por Oscar Traversa desde *LENGUAjes* (1974) objeta el pasaje de lo político en general a lo político cinematográfico ya que elude la cuestión de la especificidad del cine. Su crítica reside en no tener en cuenta dicha característica, que es lo que permite diferenciar al cine de un panfleto político.

sobre revistas infantiles[56] este punto de vista –salvo el elemento "luchador", que configura una variante– fue sostenido por maestras esperanzadas en la posibilidad de que renovadas formas atrajeran a los niños hacia una literatura purificadora" (pp. 128-129). Iguala y compara a Dorfman y Mattelart con el sentido común de las madres y maestras ante las revistas infantiles: "es esta imagen de un "niño" auténtico, estatuario, puro, vaciados de deseos propios y censurables impulsos aventureros, totalmente ajeno a la problemática del poder, la violencia, la crueldad, la que coincide asombrosamente con la que proponen Dorfman y Mattelart" (p. 129).

Wajsman afirma que Dorfman y Mattelart son ciegos a lo simbólico "no es raro, entonces, que los autores no sepan reconocer, detrás del personaje del tío iracundo, ridículo, casi siempre equivocado, una imagen trucada del padre que permite la risa de alivio y descarga" (p. 128), los acusa de considerar a los y las niños/as como "tablas rasas" (p. 129) y cuestiona la desconfianza ante el placer. Precisamente, los términos de placer, goce y deseo, se reiteran en ambos artículos de la autora:

> Comparten idéntica ceguera ante los mecanismos del deseo y los atractivos del juego, una misma desconfianza ante el placer (1974, p. 129).

> ¿Cómo ignorar en ella la metáfora del deseo, la exactitud con que se expresan las vicisitudes de la búsqueda de un objeto anhelado y perdido, lo simbólico del triunfo o la derrota? (1974, p. 130).

> Escapa a los resultados de esta investigación, aunque no a la hipótesis que sugiere, el afirmar la posibilidad de que estas madres sean aquellas mujeres que mantienen un vínculo más estrecho con el placer en la realidad y que, por tanto, temen

---

56 C. Sastre y P. Wajsman, "Las revistas infantiles", en *Los Libros,* n°6, diciembre de 1969.

> menos sus supuestos excesos, al conocerlos mejor y desearlos inconscientemente con menos intensidad (Wajsman y Sastre, 1969, p. 13).

Wajsman escribe desde el psicoanálisis por eso no sorprende el énfasis en estos términos, sin embargo, lo que en los 70 aparecía como marginal en los estudios en comunicación, retrospectivamente, lo podemos situar como un antecedente de indagación del vínculo entre el placer y cultura masiva. Ya a partir de los 80 comienzan florecer como eje de análisis en las investigaciones sobre las audiencias y el placer de la mano de los Estudios Culturales (Ang, 1982). En capítulos anteriores mencionábamos como retrospectivamente Michèle Mattelart reubicaba su trabajo pionero sobre "La televisión y los sectores populares" en la serie de los Estudios Culturales en relación con el placer. Actualmente, la cuestión del placer en vínculo con la cultura masiva es tema de preocupación e indagación en los estudios en comunicación y género[57].

Por otro parte, desde el punto de vista metodológico, Wajsman objeta las afirmaciones contradictoria y la utilización un método intuitivo que deviene en un azaroso análisis[58]: "los recortes historietísticos sólo cumplen un papel ilustrativo, vano intento de confirmar conceptos que parecen serle previos" (p. 127), "'el científico quiere estudiar la lluvia y sale con paraguas' dicen los autores. Tampoco basta con empaparse: salir librado a su propia espontaneidad, despreocupado gracias a la indelebilidad de las conclusiones" (p. 127). La tensión en torno al método en vínculo con la política es parte de las discusiones de la época. El contexto político en el que se desarrollaron los debates no sólo atraviesan las propias prácticas intelectuales de los y las autores/as sino que es explicitado en los textos. Wajsman

57 Para mayor información se puede consultar Richard (2009), Justo von Lurzer (2018), Elizalde y Feleti (2015), Spataro (2011), entre otras.
58 Esta misma línea es profundizada por Verón (1974) en su análisis sobre el estructuralismo en Argentina y Chile.

hace dos referencias al respecto. La primera es una nota al pie al inicio de artículo donde menciona que éste fue escrito previo al golpe militar en Chile por ello "nos obliga a aclarar que la crítica a la manera específica en que se ha concretado este análisis de mensajes masivos no implica su extensión a la de la política cultural antiimperialista en su conjunto, del gobierno de la Unidad Popular" (p. 127). La otra es al final del artículo, concluye afirmando la necesidad de:

> Interrogarnos sobre la necesidad de denuncia de la penetración del imperialismo y sobre la posibilidad de hacerlo a través de investigaciones críticas sobre la cultura masiva, quizá sobre el Pato Donald mismo. Pero esto sería tema para otro artículo, ya que el libro de Dorfman y Mattelart es ajeno a esta problemática específica: allí la denuncia se engendra a sí misma y flota adherida a las hilachas de un fantasma (p. 131).

Excede a los propósitos de este capítulo detenernos en los argumentos de una y otra parte en torno al debate ciencia – ideología. Lo publicado por Traversa, Verón, Getino y Solanas, Dorfman y Mattelart, Schmucler y Wajsman permite reconstruir no sólo las diferentes posiciones, sino una forma de intervenir y construir conocimiento a través de la polémica. Eso, precisamente, nos interesa destacar, en los inicios del campo comunicacional podemos leer artículos que no le temen al nombre propio, que se atreven a discutir ideas, que marcan posición. Quizá por ello es que en la actualidad –y siendo que Wajsman sólo publicó dos trabajos vinculados con el tema comunicacional– su artículo sigue siendo material bibliográfico en las carreras de Ciencias de Comunicación. Aquello que fue constitutivo del campo, se ha ido disolviendo como un fantasma: la polémica, la discusión teórica como forma de producción científica, el debate que permite enriquecer los análisis y replantear las ideas propias y ajenas.

Polémicas. Las imágenes del imperialismo. Una historia de fantasmas (1974)

Reproducimos fragmentos del artículo.

> Es difícil referirse con cierta precisión a un libro tan huidizo. A lo largo de sus páginas caleidoscópicas asistimos tan pronto a afirmaciones contradictorias, surgidas de una posible libre en torno al material, como desarrollos coherentes donde, en cambio, los recortes historietísticos sólo cumplen un papel ilustrativo, vano intento de confirmar conceptos que parecen serle previos. Sería fácil refutar muchos de ellos: basta comprar un número del Pato Donald y leerlo, sin olvidar lo que los autores pasaron por alto; que se trata de una historieta –donde las imágenes a menudo establecen un contrapunto irónico con el texto– y de una historieta humorística. En realidad, puede alcanzar con releer, de esta manera, los ejemplos que aparecen incluidos en el libro y confrontarlos con el comentario de los autores. No es eso lo que vamos hacer.
>
> Queremos señalar, en cambio, que a pesar de los discursos a lo Julio César a través de los cuales Dorfman y Mattelart tratan de afirmarse como científicos revolucionarios, no existe en su libro ningún rastro del momento en que el hombre de ciencia intenta, para alcanzar a vislumbrar aquello que "tanto empeño pone en ocultarse", descreer de lo que suponía e ignorar lo que puede encontrar en su indagación del material, disponiéndose a aceptarlo aunque para ello deba violentar sus propios deseos su propio entendimiento: "El científico quiere estudiar la lluvia y sale con paraguas" dicen los autores. Tampoco basta con empaparse: salir librado a su propia espontaneidad, despreocupado gracias a la indelebilidad de las conclusiones, sólo parece servir para confundir la visión. De ahí que el Pato Donald, desgranado en azaroso análisis, no logre volver a corporizarse en ningún concepto y quede flotando como un fantasma a lo largo de todo el libro […]. (Pp. 127-128)
>
> No es raro, entonces, que los autores no sepan reconocer, detrás del personaje iracundo, ridículo, casi siempre equivocado una imagen trucada del padre que permite la risa de alivio y descarga: ni la madre deseada en la heroína esquiva,

"objeto sexual inútil (sic.), buscado y nunca poseído". Los chicos que ellos imaginan sufrirían idéntico desconcierto. Ciegos a lo simbólico, Dorfman y Mattelart se empeñan en exigir de la historieta padres productivos, madres que cuiden "el hogar del héroe o a los niños" (p. 36) límpidos modelos que –mostrados en el seno de una cotidianeidad donde aparecieran claramente delineados el trabajo y sus determinaciones– harían de los niños seres laboriosos, luchadores, solidarios. Hombre de bien.

Este discurso no nos es desconocido. En el curso de una investigación sobre revistas infantiles[59] este punto de vista –salvo el elemento "luchador", que configura una variante– fue sostenido por maestras esperanzadas en la posibilidad de que renovadas formas atrajeran a los niños hacia una literatura purificadora –Constancia C. Vigil–, alejándolos de historietas que los aterraban.

Marquemos una diferencia respecto de los autores que nos ocupan: las maestras y (muchas madres) reconocían, a su pesar, querer aislar a los niños de una vida que, por no querer ajustarse a sus propios ideales, les resultaba tan chocante como los intereses presentes de los chicos. Admitían que las imágenes pacificadoras de hogares siempre solidarios y adultos siempre justos eran la publicidad con que deseaban tentar a los chicos para que fueran, al fin los niños con que siempre habían soñado. Es esta imagen de un "niño" auténtico, estatuario, puro, vaciados de deseos propios y censurables impulsos aventureros, totalmente ajeno a la problemática del poder, la violencia, la crueldad, la que coincide asombrosamente con la que proponen Dorfman y Mattleart (a pensar de su contradictoria declaración previa –p. 17– en que atacan tal visión, atribuyéndosela a Disney. Esto no debe preocuparnos: son ellos quienes sostienen una creencia a ultranza en lo manifiesto).

Dejamos a un lado la polémica posible entre distintos paternalismos, confesos o no: en lo que coinciden, sin duda, es en su concepción de los chicos –de los seres humanos– como tablas rasas en las que señalan erróneos caracteres arbitrariamente marcados por otro –el capitalismo vía Walt Disney, en

---

59 C. Sastre y P. Wajsman, "Las revistas infantiles", en *Los Libros,* n°6, diciembre de 1969.

el caso que nos ocupa– idealmente reemplazables por obras donde se planteen las contradicciones con férrea firmeza y se propongan claras finalidades. *"...La necesidad real del hombre de acceder a ese reino (el del futuro) es una de las motivaciones éticas fundamentales de su lucha por liberarse"* (p. 114). En nombre de este reino, celestial o terrenal, se lamentan de la inscripción engañosa que puede empeñar la visión de los receptores sin llegar a comprender en qué resortes se funda su singular persistencia, ya que comparten idéntica ceguera ante los mecanismos del deseo y los atractivos del juego, una misma desconfianza ante el placer" (pp.128-129).

Referencias bibliográficas

Ang, I. (1982). *Watching Dallas. Soap Opera and the melodamatic imagination*. London and New York: Routledge.

Dorfman, A. y Mattelart, A. (1972). *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo.* Buenos Aires: Siglo XXI.

Duek, C. (2007). La revista *LENGUAjes*. Un (breve) recorrido por el lugar de la semiología en el campo de la comunicación y la cultura. Revista *Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura* N° 2, 51. 60.

Elizalde, S. y Felitti, K. (2015). "Vení a sacar a la perra que hay en vos". Pedagogías de la seducción, mercado y nuevos retos para los feminismos. Revista Interdisciplinaria *de Estudios de Género*, vol.1, n°2.

Getino, O. y Solana, F. (1973). *Cine, cultura y descolonización.* Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

Gómez, A. (2013). *Escribir el espacio ausente: exilio y cultura nacional en Díaz, Wajsman y Bolaño*. Santiago: Cuartopropio.

Lenarduzzi, V. (1998). *Comunicación y cultura: itinerarios, pasiones e ideas* Buenos Aires: Eudeba.

Justo von Lurzer, C. (2018). Oportunidades, ausencias y desafíos. Los estudios de comunicación y género

en Argentina. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 260-273.

Lenarduzzi, V. (2014). Comunicación y Cultura: un archivo. Revista *Oficios Terrestres*. Vol. 30, n°30. Pp. 17-70.

Gutiérrez Reto, M., Martínez Mendoza, R. y Petris, J. L. (2005). ¿Quién le teme a *LENGUAjes*? *RevistaZigurat*.

Mattelart, A. (1996). Intelectuales, comunicación y cultura: entre la gerencia global y la recuperación de la crítica. En revista en *Causas y Azares*, n°. 4, 7-23.

Margiolakis, E. (2016). Cartografía de revistas culturales en los años previos al golpe militar del 24 de marzo de 1976. Ponencia presentada en IX Seminario Internacional Políticas de la Memoria: Reflexiones desde el presente.

Richard, N. (2009). La crítica feminista como modelo de crítica cultural. Revista *Debate feminista*, vol. 40.

Sánchez Narvarte, E. (2015). La historia de los estudios de comunicación en debate. Algunos problemas, otros abordajes. Revista *Impronta de la historia y la comunicación*, n° 1, 62 – 80.

Schmucler, H. (1975). La investigación sobre comunicación masiva. Revista *Comunicación y Cultura*, n° 4, 3-14.

Traversa, O. (1974). Cine: la ideología de la no-especificidad. Revista *LENGUAjes* n°2, 121-135.

Spataro, C. (2011). "¿Dónde había estado yo?": configuración de feminidades en un club de fans de Ricardo Arjona. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, mimeo.

Verón, E. (1974). "Acerca de la producción social del conocimiento. El estructuralismo y la semiología en Argentina y Chile. Revista *LENGUAjes,* n° 1, 96-125.

Wajsman, P y Sastre, C. (1969). Las revistas infantiles. Revistas *Los Libros* N° 8, 12-13 y 21.

Wajsman, P. (1974). Polémicas. Las imágenes del imperialismo (I). Una historia de fantasmas. *LENGUAjes* N° 1, 127 – 131.

Wajsman, P. (1990). *Informe de París*. Buenos Aires: De la Flor.

Elizabeth Fox

Elizabeth Fox[60] (Estados Unidos, 1947), nació en Nueva York, vivió en Bogotá entre 1968 y 1980, en Buenos Aires desde 1980 a 1984, en París entre 1984 y 1990 y en Washington DC desde 1990 a la actualidad. Estudió periodismo en la Universidad Javeriana de Bogotá, realizó una maestría en Comunicaciones en la Universidad de Pensilvania (Estados Unidos) y el doctorado en la American University (Estados Unidos), además ha sido nombrada Doctora Honoris Causa por la Pontificia Universidad Católica del Perú, institución académica a la que donó, hace más de 20 años, toda su biblioteca de autores/as latinoamericanos/as.

Sus inicios académicos se desarrollan en Colombia, donde trabajó junto con Luis Ramiro Beltrán como representante para América Latina de la División de Ciencias de la Información del Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo, corporación pública creada por el Parlamento de Canadá que invertía en el conocimiento académico y científico a través del apoyo a investigadores/as para así mejorar la calidad de vida en sus diferentes aspectos. Durante este período, los principales temas de preocupación y producción académica de Fox giraron en torno a la influencia y la dominación cultural que ejercía su país de origen en América Latina, así como el análisis de la estructura de los medios y las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC). Además, fue presidenta entre 1978 y 1980 de la Asociación Colombiana de Investigadores en Comunicación.

---

60 Agradecemos a Elizabeth Fox por responder nuestros correos electrónicos brindando información y aportando datos que han sido de suma utilidad para reconstruir brevemente su biografía. También agradecemos a Guillermo Mastrini y Silvio Waisbord por hacer de puentes con la autora.

En 1980 deja Bogotá y se muda a Buenos Aires, donde continúa trabajando para el Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo hasta 1984. En esta década, en especial durante los primeros años, podemos ubicar un segundo momento en su trayectoria que se caracteriza por las desilusiones en torno a las PNC, la reflexión y elaboración de balances comunicacionales y el trabajo de inventario de producciones académicas mientras ejercería la vicepresidencia entre 1980 y 1984 de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC). Algunos de los escritos más representativos de este período son *Comunicación y democracia en América Latina* (1982), *Medios de comunicación y política en América Latina* (1989), y los artículos "Comunicación y sociedad civil. Una temática incipiente" (1982) y "La herencia del fracaso" (1989), entre otros.

En París trabajó como consultora para diferentes organizaciones. Podemos ubicar aquí una tercera etapa de su trayectoria, cuando se aleja paulatinamente del campo de la comunicación y medios –su último libro es de 2002 junto con Silvio Waisbord *Latin politics, global media* (Eds.).

Entre 1986 y 1987 trabajó para la Fundación Volkswagen bajo el programa Política de Comunicaciones en América Latina; entre 1987 y 1988 para la UNESCO y en 1988 para el Banco Mundial. Además, entre 1990 y 1991 se desempeñó en la cátedra UNESCO de Comunicación en la Universidad de Barcelona. Ya a partir de 1988 se vincula con el campo de la comunicación y la salud donde se ha desempeñado en los últimos 35 años. Trabajó, entre 1988 y 1995, en la Organización Panamericana de la Salud y posteriormente para la agencia estadounidense United States Agency for International Development (USAID)[61], en

61 En una entrevista a Beltrán sobre la historia de la comunicación para el desarrollo, explica: "en años ochenta y noventa, algunos organismos internacionales se esmeraron en apoyar especialmente al Programa Nacional de Comunicación para la Salud y la Nutrición del Pueblo, las bases del desarrollo. El Unicef y la USAID hicieron considerables aportes en este sentido y la

diferentes cargos y funciones. Entre 1996 y 2004 como Asesora Técnica Senior en Comunicaciones de Salud y Cambio de Comportamiento. De 2004 a 2011 como Subdirectora y entre 2011 y 2016 como Directora de la Oficina de Salud, Enfermedades Infecciosas y Nutrición. Y desde 2017 a 2019 como Coordinadora Adjunta de Supervivencia Materno Infantil. También fue vicepresidente entre 1996 y 2000 de la International Association por Media and Communication Research (IAMCR). Por último, entre 2007 y 2015 trabajó como profesora Adjunta de la materia "Comunicación, salud y desarrollo" en la American University en Washington DC.

Período colombiano

Durante el período colombiano Elizabeth Fox trabajó como especialista en comunicación junto con Luis Ramiro Beltrán para la División en Ciencias de la Información del Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo. Los artículos producidos durante su paso por Bogotá se organizan en base al diagnóstico, preponderancia de datos y denuncia sobre la penetración de la información proveniente de Estados Unidos. También participó en la redacción de informes y documentos utilizados para las reuniones preparatorias y debates en torno a las Políticas Nacionales de Comunicación y el Nuevo Orden Mundial sobre la Información y las Comunicaciones (NOMIC). Además, colaboró como asesora externa en el proyecto RATELVE[62].

Organización Panamericana de la Salud (OPS), se esforzó en ayudar a los ministerios de salud para que, dándole prioridad a la atención primaria de la salud y a la educación del pueblo sobre los principales problemas sanitarios, se empeñaran en afianzar la meta de ´Salud para Todos en el Año 2000´" (2011, p. 172).

62 "El Comité de Radio y Televisión se encargó de elaborar un informe sobre la producción cultural masiva. Desde su posición como director del Comité, Pasquali estableció diálogos con una diversidad de referentes del campo cul-

Algunas de las producciones más representativas en Colombia son "La televisión norteamericana en América Latina" (1974) –publicado en la revista *Chasqui*– donde desarrolla el estado de situación de la televisión en la región: las ganancias que se obtienen por la venta de programación enlatada, el rol desempeñado por las cadenas *ABC, CBS, NBC* y *Time Inc.* aportando capital y asistencia técnica, el negocio de la publicidad y la venta directa de programación, así como el desarrollo y los cambios suscitados en las operaciones comerciales. En "Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina" se sintetizan los aspectos centrales de la reunión de expertos sobre las Políticas y la Planificación de la comunicación en América Latina, desarrollado en Bogotá en julio de 1974. Cabe aclarar que esta reunión –junto con otra desarrollada en Quito en 1975 sobre el intercambio de noticias– sirvió para la discusión del Seminario sobre Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina realizado por Centro Internacional de Enseñanza Superior de Comunicación en América Latina (CIESPAL), el Centro de Estudios Democráticos para América Latina (CEDAL) y Fundación Friedrich Ebert en abril de 1975 en San José de Costa Rica, de cara a la Conferencia de San José de Costa Rica en 1976.

Junto con Luis Ramiro Beltrán publicaron el documento "La influencia de los Estados Unidos en la comunicación masiva en América Latina: desequilibrio en el flujo de información" (1976) para la reunión sobre Política Justa en el Intercambio Internacional de Información en Hawaii, informe a su vez solicitado por CIESPAL para ser utilizado en el seminario "La radio y la televisión" realizado en San José, Costa Rica, en abril de 1976, bajo el auspicio del

tural, político e intelectual que, entre noviembre de 1974 y mayo de 1975, se reunieron en 28 sesiones de trabajo para formular la política de radiodifusión del Estado venezolano. El Informe Ratelve fue finalizado en mayo de 1975, y posteriormente la librería y editorial SUMA lo publicó en formato libro en 1977 con el título Proyecto RATELVE" (Sánchez Narvarte, 2020, p. 5).

CEDAL y CIESPAL. También publican en 1980 una versión abreviada del documento presentado en 1979 en el Simposio sobre la Función de la Radiodifusión Internacional, "Medios de comunicación de masas y dominación cultural".

El común denominador de todos estos artículos –entre tantos otros publicados durante este período– es la búsqueda y explicitación de las dificultades para obtener datos, ya que son precisamente éstos los que acompañan y dan sustento a las denuncias en torno a la desigualdad en los flujos de información y la estructura de los medios. El valor pionero de estas investigaciones producidas desde América Latina es que permiten poner al descubierto la dominación económica y cultural de los Estados Unidos en la región:

> Es difícil obtener datos no sesgados sobre el crecimiento de la industria de televisión norteamericana en el extranjero (Fox, 1974, p 56).
>
> El documento básico para esta conferencia se preguntaba si existía alguna evidencia clara de penetración extranjera dentro del sistema de comunicación de un país. Parecía poner en tela de juicio el que necesariamente existiera un desequilibrio de comunicación entre los países desarrollados y los subdesarrollados (Fox de Cardona y Beltrán, 1976, p. 53).
>
> En las páginas siguientes se examinarán algunos de estos indicadores con objeto de ilustrar brevemente la situación, haciendo hincapié en América Latina y en la radiodifusión (radio y televisión), en los casos en que los datos disponibles así lo permitan (Beltrán y Fox, 1980, p. 88).
>
> Las comprobaciones empíricas justifican la insatisfacción de los países del tercer mundo con respecto a la situación internacional de la comunicación (Beltrán y Fox, 1980, p. 91).

Desde diferentes regiones –Colombia, Argentina, Brasil y México– las investigaciones pioneras de Elizabeth Fox, Margarita Graziano y Fátima Fernández buscaban y producían datos sobre la estructura de los medios para así

sustentar sus denuncias e intervenciones. Las preocupaciones compartidas dan cuenta no sólo de una misma biblioteca teórica, sino también de las mismas ilusiones y posteriormente desilusiones en torno las PNC y NOMIC. Tanto Graziano como Fox publican artículos muy similares en 1974, la primera lo hace en la revista *Comunicación y Cultura*, la segunda en *Chasqui,* ambas buscan datos, denuncian y promueven discusiones. Por ejemplo:

> Para ningún estudioso de la materia constituye una novedad la existencia de lazos económicos entre cada uno de los tres canales privados que operan en la Capital Federal y los grandes consorcios o cadenas norteamericanas de televisión, lazos que signaron desde su origen y por largo tiempo el desarrollo del medio en nuestro país. Con el objeto de vislumbrar las verdaderas implicancias de dicha relación trataremos de señalar algunos datos que contribuyan a la descripción de las cadenas ABC, CBS y NBA (Graziano, 1974, pp. 185-186).

> Los principales intereses estadounidenses en la etapa de promoción de la TV en América Latina, estaban representados por las grandes cadenas de ese país: ABC, CBS, NBC y Time Inc. En este período se tomaron las decisiones cruciales sobre especificaciones técnicas, y estas decisiones determinaron posteriormente el origen de los equipos y de la programación de televisión (Fox, 1974, p. 56).

Las citas ineludibles a los trabajos de Armand Mattelart, Pasquali, Beltrán, Schenkel, Muraro, Kaplún, pero también el reconocimiento de Graziano (1997) a los trabajos pioneros de Fox dan cuenta de un período en el que las expectativas de cambios giraban alrededor de las iniciativas de la UNESCO en cuanto a las PNC.

El libro *Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina* publicado en 1980 junto a Beltrán viene a cerrar esta primera etapa. Fox deja Colombia rumbo a Buenos Aires y concluye uno de sus últimos escritos en el que aún predomina el análisis desde la dominación, al que definen como “un proceso verificable de influencia social

por el cual una nación impone sobre otros países su conjunto de creencias, valores, conocimientos y normas de comportamiento, así como su estilo general de vida" (p. 20). El libro, precisamente, recoge "una gran parte de la información resultante de la verificación sistemática del fenómeno de las comunicaciones en América Latina y su relación con Estados Unidos" (p. 21). Fox y Berltrán pasan revista a una masa de investigaciones realizadas hasta entonces en la región, que prueban el grado de concentración de la industria (radiofónica, televisiva, publicitaria, de la prensa), la penetración del capital estadounidense en las corporaciones locales y la falsedad de la tesis sobre el *free flow* (libre flujo) informativo que apenas disimula la difusión unilateral por parte del imperialismo. Asimismo, en el último capítulo, consignan la necesidad de pensar alternativas de políticas comunicacionales.

Desencantos y balances

El desencanto posterior por los proyectos truncos de las PNC se explica por el papel que jugaron los gobiernos de la región ante las recomendaciones expresadas por ellos mismos en la reunión de San José de Costa Rica, que sólo quedaron plasmadas como una buena intención declaratoria sin anclaje ni transformación real en un continente que, en gran parte, estaba siendo gobernado por dictaduras militares. Así lo sintetiza Luis Gonzaga Motta seis años después de la declaración:

> La propuesta de políticas nacionales de comunicación, que en su inicio pareció a los sectores progresistas un camino conveniente para recorrer, debe ahora rediscutirse a la luz de las experiencias recientes y revisada como alternativa para la democratización de la comunicación. Los profesionales teóricos y prácticos de la comunicación del continente (profesores, investigadores, periodistas, educadores, etc.) deben

> reformular sus propias posiciones de la década pasada y reorientar sus actitudes y luchas partiendo de las experiencias concretas (1982, pp. 14-15).

En sintonía con esos y otros desencantos, la introducción del libro *Comunicación y democracia en América Latina* (1982), escrita junto con Héctor Schmucler –producto de la reunión del grupo sobre comunicación de CLACSO– presenta un balance crítico hacia los estudios en comunicación la década pasada: "la teoría de la dependencia –que aportó datos hasta entonces poco considerados– se volvió un esquema rígido y definitorio [...] la responsabilidad absoluta adjudicada al enemigo exterior, eclipsó reiteradamente el análisis de las fuerzas" (p. 18). Y proponen otras preguntas y nuevos paradigmas, "la historia exige el afinamiento, y muchas veces el reemplazo, de los conceptos desde donde se piensa la manera de rediseñar la sociedad [...] resulta poco provechoso pensar en teorías de la comunicación sin aludir a las prácticas sociales que condicionan las formas comunicativas" (p. 15). En relación con ello plantean el interés por los estudios en recepción:

> No siempre se destacó con suficiente fuerza el carácter contradictorio de los fenómenos de comunicación. Se repitieron muchas veces las historias de los medios de comunicación, y se los interpretó teniendo en cuenta el manejo que de los mismo realizan los sectores dominantes de las sociedades locales o los países centrales en el espacio internacional. Pocos entusiasmos se volcaron al análisis del otro polo: el de los dominados. En la consagrada dicotomía emisor-receptor, la preocupación de los estudiosos se dirigió generalmente hacia el primer término (Fox y Schmucler, 1982, p.12).

En la misma dirección es que cuestionan el lugar del poder con mayúsculas y proponen reflexionar en términos del poder multisituado: "el poder como núcleo monolítico y único que establece su dominio sobre el conjunto de la sociedad, hoy tiende a ser reemplazado [...] surgen

interrogantes no frecuentes sobre el concepto de hegemonía" (p. 15).

En el mismo sentido, el artículo "Comunicación y sociedad civil. Una temática incipiente" (1982) oficia de balance y proyección. Fox se pregunta por qué estudiar las comunicaciones desde la perspectiva de la sociedad civil, y la respuesta la sitúa en el contexto de la región sometida a regímenes autoritarios, "la supresión o eliminación de muchas de las formas más tradicionales de comunicación es la norma dentro de los países de la región, con pocas excepciones. Vale entonces la pregunta: ¿qué procesos de comunicación continúan entre los miembros de la sociedad?, ¿cómo éstos reciben, envían y procesan información, y con cuáles consecuencias para el tejido social?" (p. 1).

También durante los primeros años de la década de los 80 Fox ejerció la vicepresidencia de ALAIC –la presidencia estuvo a cargo de Patricia Anzola–, en un momento complejo para la asociación ya que ésta había surgido en 1978 con el objetivo de dar "una mayor representatividad institucional de la región frente a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) y a la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (Aiecs)" (Krohling, 2004, p. 1), pero el nuevo contexto político latinoamericano, el debilitamiento de la UNESCO y el "el retiro de fondos llevó a un aislamiento de ALAIC, aunque se mantuvo viva, de modo más informal" (Martin y Vicentini, 2004, p. 265).

Entre las diferentes iniciativas desarrolladas en la asociación, Fox junto con Luis Ramiro Beltrán, Luis Peirano y Patricia Anzola trabajaron en un proyecto de inventario de las producciones académicas de comunicación en Argentina, Brasil, Colombia, Chile y Perú, recibiendo el apoyo económico del Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo de Canadá.

En los balances y memorias de los inicios del campo comunicacional Fox es recordada por su labor en la difusión y publicación académica. Heriberto Muraro destaca "la

gran tarea de difusión de nuestros trabajos que realizara nuestra querida "gringa", Elizabeth Fox" (2018, p. 152), Luis Peirano menciona el apoyo de Fox a "la publicación de los primeros balances de la investigación en América Latina" (2018, p. 179), y Beltrán resalta la tarea sobresaliente de Fox "mi compañera de trabajo e ideales" (2014. p. 94) en la construcción teórica de las PNC.

La televisión norteamericana en América Latina (1974)

Reproducimos un fragmento del informe.

> Las ganancias netas provenientes de la venta de programación enlatada y otros servicios de televisión de los Estados Unidos, han aumentado de 15 millones de dólares a cien millones de 1970. Diversas fuentes norteamericanas estiman que las ventas de programas para Latinoamérica en 1970 fueron de 22 millones de dólares; mientras que otros aseguran que, como región, América Latina gasta más de 80 millones en la importación de programas.
>
> Los más importantes intereses norteamericanos en la etapa de promoción de la televisión en Latinoamérica fueron las cadenas ABC, CBS y NBC y posteriormente inició su penetración Time Inc. El papel inicial de estas cadenas fue la asistencia técnica; luego venía la inversión de capital, pues era importante poner el canal a funcionar antes que invertir fuertemente en sus negocios.
>
> La influencia mayor de los Estados Unidos se encuentra en la publicidad y la venta directa de su programación. La "Motion Picture Export Association of America" (MPEAA), es el mayor exportador de la programación norteamericana. Los miembros de esta asociación son: Allied Artist Television Corporation, Avco Embassy, MCA Television, Metro Goldwyn Mayer TV, Paramount TV Entreprises, Inc., Screen Gems International, Twentieth Century Fox, United Artists Television y Warner Brothers Television. Esta asociación cuenta con el 80-89% de la exportación de programas. El otro 10-20%, a nivel mundial, corresponde a las siguientes empre-

sas: Viacom, National Telefilm Associates Inc., y la Independent Television (ITC), que es una corporación inglesa.

El proceso para la venta de programación en los mercados internacionales es el siguiente: por ejemplo, la MCA Televisión, uno de los productores más grandes en la televisión norteamericana, produce un programa. La idea para este programa puede venir de un miembro de la MCA o de un agente independiente. Antes de producir, la MCA discute el programa con uno, dos o todos los miembros de las grandes cadenas. Es necesario discutirlo con estas cadenas antes de invertir en su producción, debido al hecho que ya no es factible producir para especular en el mercado, dado el monopolio que actualmente existe. Después de estas discusiones, hay un arreglo tentativo y se produce un programa piloto. Esto se llama un contrato de desarrollo.

El costo promedio de un programa de esta naturaleza es de un millón de dólares y sobre la producción de éste, la cadena llega a una decisión y firma un contrato por 13, 23 o 32 episodios del programa, ya que un mayor número de episodios hace que los costos de producción bajen.

Aunque el mercado principal para la programación es dentro de los Estados Unidos, representantes de las estaciones latinoamericanas vienen a la presentación de los programas pilotos y se promueve la venta del programa a través de los agentes de la casa productora en los países de América Latina. MCA tiene el liderazgo en este tipo de ventas y debe señalarse que del 50 al 60% del mercado latinoamericano está controlado por esta asociación.

Los países compradores de programación extranjera han discutido la alternativa de formar un bloque que negociara para ellos, directamente, con los vendedores de los programas. Este procedimiento lograría bajar los costos de la programación; pero la MPEAA recientemente se ha pronunciado en contra de este sistema, negando vender a un monopolio de países o estaciones de televisión. No obstante, ante las presiones de la MPEAA, algunos Estados han formado monopolios de compradores a nivel nacional. Este es el caso de México, donde debido a la influencia de los sindicatos de escritores, actores, técnicos y productores, las demandas para un mayor contenido nacional en las programaciones se han tomado en cuenta. TELESISTEMAS mexicanos constituye actualmente

un monopolio de compras que está bajando los precios de la programación extranjera que entra al país.

Aunque la MPEAA se ha pronunciado en contra de cualquier formación monopolística a nivel internacional o nacional, ella misma constituye un monopolio de vendedores norteamericanos.

A pesar de las diferencias culturales, la mayor parte del doblaje de la televisión norteamericana se hace en México. Originalmente los programas se doblaron en Puerto Rico, pero su acento no era adecuado para el mercado latinoamericano. El costo promedio de media hora de doblaje es de ochocientos cincuenta dólares (Pp. 53-55).

La reglamentación sobre salida de divisas en cada país representa un gran obstáculo para los vendedores de programación en América Latina. Los productores norteamericanos se han visto en la necesidad de utilizar variados métodos para sacar divisas provenientes de sus ventas. Estos métodos incluyen el uso de bancos suizos, y la transferencia de fondos a través de crédito para el doblaje. En los casos en que las cadenas tienen una inversión directa en el canal, la transferencia de fondos se simplifica a través del manejo interno de las finanzas.

La venta de la programación norteamericana sigue cierto ritual. Cada año, generalmente en marzo, los principales estudios de Hollywood hacen presentaciones. Los representantes extranjeros de las distintas estaciones verán los pilotos de las nuevas series en proyecto. Harán sugerencias, discutirán los pilotos, dirán cuáles son sus preferencias e intereses, y mencionarán la clase de problemas que podrían presentarse en sus países con respecto a los mismos […].

A pesar de que el mercado latinoamericano es competitivo, surgen constantes problemas causados por sus economías inflacionarias. Por esta razón, la mayoría de los contratos con la programación de la televisión norteamericana tiene cláusulas para ajustes debido a la inflación y la devaluación de la moneda. Los mercados en la Argentina y en Chile han estado especialmente afectados por la inflación.

Por ésta, además de otras razones políticas, muchos países de Latinoamérica no se consideran lugar para inversiones seguras. Sólo tres: México, Brasil y Venezuela, se consideran adecuados para inversiones en los medios, debido a sus

condiciones político-económicas estables y a la existencia de recursos artísticos y técnicos. Colombia no se considera lugar para una buena inversión porque no tiene ni el talento artístico requerido, ni los conocimientos técnicos suficientes (Pp. 65-66).

Referencias bibliográficas

AA.VV. (1982). *Comunicación y democracia en América Latina*. Lima: CLACSO.

Beltrán, L. R. (2014). Comunicación, política y desarrollo. Quito: CIESPAL.

Beltrán, L. R. y Fox de Cardona, E. (1980). Medios de comunicación de masas y dominación cultural. *Perspectivas* vol. X (I), 84 – 98.

Beltrán, L. R. y Fox de Cardona, E. (1980). *Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina*. México: Editorial ILET-Nueva Visión.

Cimadevilla, G. (2017). Entrevista a Heriberto Muraro "El viento sopla por donde quiere". *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* (15) n 28, 148-154.

Crovi Druetta, D. y Cimadevilla, G. (coords.) (2018). *Del mimeógrafo a las redes digitales. Narrativas, testimonios y análisis del campo comunicacional en el 40 aniversario de ALAIC*. México: ALAIC.

Fox, E. (1975). Políticas nacionales de comunicación en América Latina. En Ordoñez, M.; Fox de Cardona, E. y Ortiz Brennan, B. *Políticas de comunicación en sociedades de cambio*. San José, Costa Rica. Cuadernos CEDAL. F

Fox, E. (1982). Comunicación y sociedad civil. Una temática incipiente. Revista *Crítica & Utopía* (7).

Fox, E. (1983). Perplejidades compartidas sobre la comunicación democrática. *Crítica & Utopía* (9).

Fox, E. (1988). La política de reforma de la comunicación en América Latina. *Diálogos de la comunicación* (21).

Fox, Elizabeth (1988). Media and politics in Latin America, The struggle for democracy. London, Sage.

Fox de Cardona, E. (1989): *Medios de comunicación y política en América Latina*. Barcelona: Gustavo Gili.

Fox, E. (1993). Tres visitas al paradigma de la dependencia cultural. *Chasqui* (44). 80-87,

Fox, E. (1997). *Latin American broadcasting. From tango to telenovela.* Luton: University Luton Press.

Fox, E. y Waisbord, S. (2002). *Latin politics, global media.* Texas: University of Texas Press.

Fox de Cardona, E. (1974). La televisión norteamericana en América Latina. *Chasqui* (6). 53-70.

Fox de Cardona, E. y Beltrán, L. R. (1976). La influencia de Estados Unidos en la comunicación masiva en América Latina: desequilibrios en el flujo de información. Documento preparado para Ia Reunión sobre Política Justa en el lntercambio lnternacional de Información, East-West Center, EastWest Communication Institute, Honolulu, Hawaii, Morza.

Fox de Cardona, E. (1981). Colombia. En *Políticas Nacionales de Comunicación*. Quito: Editorial Época.

Fox de Cardona, E. (1982). Situación y Política de Comunicación en Colombia: El caso de la prensa, la radio y la televisión. Revista *Cultura y Comunicación en América Latina*, No. 7.

Franco Chávez, F. P. y López Rojas, A. M. (2011). Una mirada a las raíces de la comunicación para el desarrollo. Entrevista con Luis Ramiro Beltrán Salmón. Revista *Signo y Pensamiento* (58), 170-177.

Graziano, M. (1997). Guía teórica 1°parte. Carrera de Ciencia de la Comunicación. Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.

Krohling, M. (2004). La presencia de ALAIC en la comunidad latinoamericana de Ciencias de la Comunicación. *Revista Telos,* Nº 61 Segunda Época.

Martin, M. V. y Vicentini, L. (2004). Comunicación y memoria: ALAIC en el contexto latinoamericano. *Oficios terrestres* (15/16), 262-267.

Motta, L. G. (1982). Costa Rica: seis años después. *Chasqui* (3), 14-19.

Sánchez Narvarte, R. E. (2020). Antonio Pasquali y las políticas de comunicación en venezuela (1974-1979). *Revista Avatares* (19), 1-18.

Margarita Zires Roldán

Margarita Zires Roldán (México, 1948) obtiene su primer título de Posgrado en 1972/1973, en el Institute of Social Studies en La Haya (Holanda), cuya tesis trabajaba sobre temas relacionados con el imperialismo cultural y las políticas comunicacionales estadounidenses. A mediados de los años setenta vive en Argentina y colabora con la revista *Comunicación y cultura*[63]. En el prólogo a un libro de Zires (2005), Schmucler recuerda:

> Hace un cuarto de siglo, en Buenos Aires, compartimos con Margarita Zires un trabajo de investigación. Ella, circunstancialmente, vivía en Argentina y recién nos habíamos conocido. Yo no podía imaginar que apenas un par de años después nos encontraríamos en México: ella en su patria y yo como exiliado. Menos podía imaginar que compartiríamos la docencia en una universidad mexicana de la que yo, entonces, ignoraba su existencia (p. 5).

En México, se gradúa como licenciada en Ciencias y Técnicas de la Información (1989) en la Universidad Iberoamericana (México) con su tesis sobre "Los procesos locales y colectivos de comunicación oral. Un análisis del rumor". Vuelve a Frankfurt para obtener su doctorado en Filosofía (1995) a partir de su investigación sobre "Las culturas orales en interacción con las culturas de la escritura y

---

63 En una comunicación personal, Margarita Zires nos comenta que permaneció unos tres años en Argentina. Recuerda esos tiempos como muy importantes para su formación académica, en particular a partir de su participación en los seminarios coordinados por Héctor Schmucler donde se planteaba la necesidad de analizar los procesos comunicativos en contextos más amplios, culturales y políticos. Agradecemos a Margarita Zires por responder nuestros correos electrónicos aportando información sobre su biografía y trayectoria.

culturas audiovisuales. El rumor de los pitufos en México". Actualmente se desempeña como profesora investigadora en el Posgrado en Comunicación y Política de la Universidad Autónoma Metropolitana -Xochimilco (UAM-X). En la página institucional de la UAM-X, en mayo 2020, se informa que la doctora Margarita Zires Roldán aborda el fenómeno de los rumores que circulan en las redes sociales acerca del coronavirus, como parte de "una serie de entregas en las que profesores de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Unidad Xochimilco hablan sobre sus investigaciones y su relación con esta emergencia".

En un trabajo publicado en 2001, Zires y otras dos colegas e investigadoras mexicanas, Sarah Corona y Carmen de la Peza, reconstruyen el "proyecto grupal y colectivo" (p. 143) que desplegaron desde los años setenta hasta entonces. Allí se reconocen tres momentos o, si se quiere, tres problemáticas que concentraron sus intereses e investigaciones: la crítica ideológica-política en los medios de masivos (a mediados de los años setenta), la recepción televisiva (en los ochenta) y desde entonces hasta la actualidad la cuestión de las apropiaciones a partir del análisis de los rumores sociales, los ritos religiosos y los movimientos sociales.

La crítica ideológico-política

El primer momento se asocia con su participación activa en la creación de la carrera de Comunicación en la UAM-X, que se planteaba "como una alternativa a las perspectivas puramente instrumentales de las teorías funcionalistas estadounidenses, asociadas a los intereses de los grandes consorcios de la industria de la comunicación". (p. 144). Era la década del setenta, cuando el campo comunicacional latinoamericano estaba hegemonizado por "las orientaciones de corte marxista" y las preocupaciones giraban en torno

a las "condiciones económicas, sociales y políticas que gestaron un desarrollo especial de las industrias culturales, así como de la investigación en comunicación" (p. 143).

En aquellos años, Zires escribe con Héctor Schmucler su primera colaboración[64] en la revista *Comunicación y Cultura*: "Los medios en América Latina. El papel político-ideológico de los medios de comunicación" (1978). Se trata de una investigación sobre el comportamiento de la prensa argentina (los diarios *La Opinión*, *La Nación* y *La Prensa*), durante el convulsionado lapso que va del paro general del 27 de junio de 1975 contra el plan económico del gobierno de Isabel Perón –tras la devaluación del ministro Celestino Rodrigo, que se conoce como "Rodrigazo"– hasta la huelga general del 7 y 8 de julio, que termina con la renuncia de dos ministros: Rodrigo y José López Rega, de la cartera de Bienestar Social, responsable de las operaciones criminales del grupo parapolicial denominado Alianza Anticomunista Argentina.

Zires y Schmucler despliegan un "estudio ideológico político" o crítica ideológica de aquellas zonas "explícitamente políticas" (p. 175) de la prensa: sus editoriales y comentarios. En ese sentido, su lectura presenta un doble interés: por un lado, nos acerca al modo de abordaje de aquellas primeras investigaciones –en consonancia con otras que hemos analizado en este libro– y al mismo tiempo documenta el funcionamiento de los medios de prensa en una situación de crisis que agudizó "las características que definen la situación de los medios en nuestra sociedad" (p. 119).

---

64 Podríamos ubicar también esta otra publicación: "El papel de los medios masivos en la política cultural de la Junta Militar Chilena" (1978), un trabajo muy citado en las historias del campo y acaso el primero en exponer y analizar las políticas culturales de la dictadura pinochetista, que lleva la firma de Abelandia Rodríguez. Margarita Zires nos confirmó que se trata de un trabajo de su autoría y que había apelado al seudónimo porque tenía pensado volver a Chile para seguir sus investigaciones y quería ser cautelosa.

> La crisis destacó nítidamente algunas características que definen la situación de los medios en nuestra sociedad: 1) la función socio-política que cumplen; 2) las diferencias que existen entre ellos; 3) el apoyo que buscan en uno u otro sector representativo del poder ante la desarticulación del mismo; 4) el carácter de empresa mercantil y, por lo tanto, el papel que cumplen como parte del sistema económico; 5) la realimentación que se produce entre el medio y el sector social que representa (pp. 119-120).

Queremos concentrarnos aquí en la última característica que remite a la cuestión de la recepción, una de las contribuciones más relevantes del trabajo. Zires y Schmucler parten de la consideración de que no existen estudios concluyentes sobre el papel de los medios de comunicación. Con todo, postulan la tesis de que los receptores establecen "una relación múltiple". Por un lado, el medio "es el instrumento que transmite los acontecimientos que circundan al receptor o los datos que le permiten decisiones cotidianas" (p. 125). Por el otro, señalan que el receptor, que es actor de una historia que vive distante, "deposita en el medio la confianza de que su conducta social estará permanentemente ajustada a la realidad histórica" (p. 125).

Como se advierte, antes que el engaño y la tergiversación que sufriría pasivamente el receptor, Zires y Schmucler destacan su acción de reconocimiento o confianza ante una realidad que los medios ordenan, sistematizan o categorizan sobre la base de intereses y valores de la sociedad. Si el medio estuviera ausente –hipotetizan–, el receptor se sentiría perdido, la suma de hechos se leería caóticamente, el mundo se volvería inasible.

Pero, así como los receptores encuentran en los medios el modo de hacer inteligible y de jerarquizar el mundo, los medios se comportan "como un aparato retroalimentador de un sector social". Así, Zires y Schmucler cuestionan la concepción lineal y mecánica del proceso de comunicación que escinde las figuras del emisor y el receptor. El medio, como representante de un sector social, es también

un receptor que "capta determinados hechos de acuerdo a la visión de su grupo referencial y ofrece pautas de interpretación que repercuten sobre dicho grupo" (p. 170). El proceso comunicacional se complejiza: el receptor, desde esta perspectiva, pasaría también a jugar el rol de emisor de los intereses de su grupo social.

Contra el tópico de que la problemática de la recepción estaba ausente en la etapa fundacional del campo de la comunicación en América Latina, estas conclusiones –que reproducimos parcialmente abajo– revelan que una más extendida reflexión se estaba anudando hacia mediados de los setenta[65]. Y en este caso –por eso reconocemos su contribución–, sin resignar la perspectiva de la dominación social y cultural.

La cuestión de la recepción

Un segundo momento gira en torno a la problemática de la recepción. Aquí destacamos dos publicaciones: "El discurso de la televisión y los juegos infantiles" (1983) y "El ceremonial televisivo: un espacio de juego e ilusión", el informe de un proyecto de investigación en UAM-X (1986).En ambos casos se advierte el desplazamiento general –de la producción a la recepción– que afecta al campo de la comunicación en los años ochenta y que habilitará la emergencia de los llamados estudios culturales latinoamericanos. En palabras de Zires, Corona y De la Peza:

> Estudiar la comunicación desde el sujeto condujo, por un lado, a retomar un conjunto de estudios que ponía en duda el esquema tradicional del proceso de la comunicación como una relación lineal, mecánica y descontextualizada entre los

65 Como adelantamos en la presentación y en varios capítulos, este temprano interés lo advertimos también en Regina Gibaja, Michèle Mattelart, Mabel Piccini y Paula Wajsman.

> discursos de los medios de comunicación y los sujetos reducidos a receptores. Por otro, a desplazar la mirada de las investigaciones que se estaban realizando en esos momentos a otros aspectos: del análisis del poder de los medios y de sus discursos, al estudio de los discursos de los actores sociales, que no se ven reducidos a una audiencia: la producción de discursos de distintos sujetos, la interrelación de los discursos que reciben de múltiples fuentes, institucionales así como interpersonales, tomando en cuenta para ello su edad, género, clase social, etnia, etcétera (2001, p. 145-146).

En "El discurso de la televisión y los juegos infantiles" (1983), la autora se propone indagar los procesos de recepción a partir de la observación de los juegos que niños/as de cuatro años y medio, pertenecientes a dos grupos sociales diferentes, realizaban en los patios de sus escuelas durante el recreo. Desde las primeras páginas, Zires confronta con la corriente de la crítica ideológica y la teoría del imperialismo cultural. Su blanco polémico es aquel "estudioso latinoamericano", que "ha leído a Marx, a Althusser y está familiarizado evidentemente con los estudios de Ariel Dorfman y Armand Mattelart" (1983, p.113), que "se ha convertido en un desenmascarador de la aparente ingenuidad de los mensajes televisivos", quien "en su labor detectivesca recoge algunos textos de los juegos de los niños", "una pista para entender la colonización de las mentes infantiles de los niños de los sectores populares" (1983, p. 113). Desde esta perspectiva, lo que interesaría "es mostrar que poseemos la verdad de un esquema, una bandera que podemos izar y que comprueba nuestra integridad revolucionaria" (p. 115).

Contra esos presupuestos y ese tipo de análisis textual, "seguramente conocido por el lector" (p. 113)[66], Zires

[66] Y conocido especialmente por el/la lector/a de la revista *Comunicación y Cultura*, dirigida por Armand Mattelart y Héctor Schmucler, quienes no solo realizaron este tipo de análisis, sino que además defendieron aquella perspectiva crítica frente a quienes, en los primeros años setenta, cuestionaban el carácter científico de sus investigaciones con argumentaciones muy similares a las que expone Zires a mediados de los ochenta. Un ejemplo de esas

postula un receptor activo, que no reproduce los programas en sus juegos sino que los inserta en la dinámica de su grupo, que asume los guiones y elementos fantásticos de la programación para estructurar sus juegos, que elabora "fantasías compensatorias" (p. 133), que construye su identidad grupal y sexual, y que, en definitiva, "no sólo asimila de la televisión, sino de todos los ámbitos que lo rodean, de su familia, de su escuela, de la calle" (p. 126). Para la autora, "la televisión usa al niño porque el niño usa la televisión" (p. 133), una tesis afín a la teoría de Usos y Gratificaciones. Sin embargo, Zires aclara que esto no significa "que el niño sea libre, transformador de los discursos televisivos", ni lleva a desconocer que con la televisión se internalizan normas y valores sociales, o que con estos programas se nos familiarice "con el mundo de la sociedad tecnologizada" (p. 135). En tal sentido, su propuesta se presenta como un abordaje más comprensivo del fenómeno televisivo.

> Pasar de la denuncia del fenómeno a la explicación de éste a partir del sujeto receptor, nos parece fundamental para poder comprender mejor no solo la dominación cultural sino también para poderse plantear la posibilidad de otro tipo de mensajes televisivos (p. 112).

En "El ceremonial televisivo" (1986), Zires propone un análisis de la televisión "que parta de la recepción, de la interacción entre el televidente y la institución, del televidente como un sujeto que participa del hecho televisivo con algo más que su presencia pasiva, su ojo físico, su mente embotada y en blanco" (p. 1).

Sin desconocer ni el "sustrato material" ni el poder de las instancias productoras "en la elección, calificación y definición de los mensajes que ella propone" (p. 3), la autora

---

críticas recusadas por los editores de la revista es la reseña de Paula Wajsman (ver capítulo respectivo). En los planteos de Wajsman y Zires se advierten puntos en común; incluso comparten una perspectiva antes psicológica (Zires cita a Piaget, Erickson, Betelheim, Rank) que sociológica o marxista.

destaca la necesidad de comprender la "instancia imaginaria" (p. 2) donde se ponen en juego normas y saberes, espacios de juegos, de flujos de identificaciones y proyecciones. Ver televisión, para Zires, es participar de una ceremonia o "ritual" que opera sobre los principios de continuidad, repetición y previsibilidad, a partir de los cuales se construye un espacio de juego e ilusión en el que participa su audiencia. En ese sentido, antes que el aparato televisivo, es preciso estudiar "la manera como entró en nuestras casas, empezó a estructurar nuestros tiempos, espacios, movimientos, a organizar nuestros encuentros familiares y se instaló como una especie de mejor amigo, el más seguro y constante" (p. 13).

De la recepción a las apropiaciones

Una conclusión adicional de los trabajos sobre los juegos y sobre el ceremonial televisivoes que la recepción no termina cuando los espectadores (niños/as o adultos/as) dejan de ver los programas. Zires postula que "el hecho televisivo trasciende el espacio y tiempo de la recepción" (1986, p. 54). En perspectiva, tal planteo anticipa la etapa siguiente, cuyo concepto clave es el de apropiación:

> No sólo es importante analizar las manifestaciones de las industrias culturales, sino también las distintas formas como sujetos pertenecientes a diferentes grupos sociales y contextos culturales se apropian, incorporan a su vida cotidiana y transforman a su manera los mensajes mediáticos, adquiriendo éstos diferentes significaciones (2001, p. 146).

Ya abandonada una concepción restringida de la comunicación –entendida como cuestión de medios o de tecnologías–, la autora adopta una perspectiva más amplia que le permite analizar los procesos comunicativos desde la cultura. O mejor: desde las culturas orales, escritas

y audiovisuales, que entretejen materiales heterogéneos y desiguales. De allí que Zires comenzará entonces a estudiar "los procesos de comunicación que se dan en la periferia de las instituciones, los rumores, los chismes, la producción de leyenda y mitos" (2001, p. 153).

Forman parte de esta etapa, en primer lugar, sus investigaciones sobre el rumor: de los pitufos, que abonaba la idea de que los muñecos atacaban a los niños (2001, 2005); del Chupacabra (2005, 2005b), un ser monstruoso que amenazaba tanto a animales como a seres humanos; de Luis Donaldo Colossio, candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI) asesinado en 1994 (2005). En segundo lugar, el conjunto de publicaciones en torno a las imágenes de la Virgen de Guadalupe, sus versiones, usos, reactualizaciones, su presencia en la vida cotidiana y en la resistencia del pueblo mexicano. Finalmente, una tercera temática sobre los movimientos sociales desde la perspectiva de la comunicación.

Su tesis de doctorado sobre el rumor de los pitufos[67] se da a conocer en 2001 bajo el título de *Voz, texto e imagen en interacción. El rumor de los pitufos*[68]. En esa investigación, Zires aborda un rumor que circuló en México en 1982 y 1983, sobre todo en la población infantil, según el cual "los muñecos y juguetes con forma de pitufos cobraban vida y agredían a los niños" (2001b, p.91), creencia que incluso había derivado en la quema individual y colectiva de los juguetes. La autora emprende un trabajo de campo –que incluye encuestas escritas, entrevistas grupales e

67 La serie televisiva *Los Pitufos*, de la compañía estadounidense Hanna-Barbera se emite en México a mediados de 1982, a través del Canal 5, del grupo Televisa.

68 La tesis fue presentada en la Universidad de Frankfurt en 1995 y publicada en 1997 originalmente en lengua alemana con el título: *Mündliche Kulturen in ihrer Wechselbeziehung zu schriftlichen und audiovisuellen Kulturen. Das Gerücht über die Schlümpfe in Mexiko (Las culturas orales en interacción con las culturas de la escritura y culturas audiovisuales. El rumor de los pitufos en México).* Más allá de algunas publicaciones parciales en revistas -Zires (1988, 1989)-, la versión castellana aparece en 2001.

individuales– en tres escuelas primarias pertenecientes a tres diferentes y desiguales contextos culturales para indagar lo que sabían del rumor. Una muy apretada síntesis señalaría que los/as niños/as de la escuela de Nezahualcóyotl –una zona marginal de la ciudad de México– desarrollan el rumor, lo multiplican, lo asumen como verdadero. En El Pedregal de San Ángel, una zona residencial, se rechaza, pero se elaboran narraciones que lo diversifican y asocian con historias alternativas (donde, por ejemplo, la amenaza a los/as niños /as provendría del personal doméstico). En Valladolid, una zona rural e indígena, el rumor se inserta en el mundo de las tradiciones orales mayas y cobra matices de leyenda.

En el prólogo, Héctor Schmucler aporta una línea de lectura: "el libro de Margarita Zires deja pensar que cualquier teoría sobre la comunicación se encuentra al borde del fracaso cuando intentamos comprender la naturaleza del rumor" (2001b, p. 6).

Efectivamente, la investigadora revisa críticamente y abandona una tradición de estudios del rumor, nacida en el contexto de la segunda guerra mundial (Knapp, 1944; Allport y Postman, 1947), que lo conciben como un producto comunicacional, generado desde un centro emisor, cuyo mensaje es falso y distorsionado, y que pretende manipular las conciencias de las masas. Para Zires, en cambio, el rumor es una instancia de producción, un mensaje sin origen e inacabado, que circula de manera horizontal, resultado de los múltiples y diversos intercambios entre los sujetos, que se articula desigualmente con las tradiciones culturales y en los cuales se evidencian diferentes regímenes de verosimilitud. Como señala en *Del rumor al tejido cultural y saber político* (2005), donde recoge y amplía sus investigaciones sobre el tema:

> Los rumores son ventanas a un mundo poco reconocido, a las preocupaciones de la gente; son los intersticios por donde se cuelan los deseos, los miedos de la población, el lugar donde

> se vislumbran otras concepciones sobre la gestión política y otros mundos posibles. A través de su estudio se puede recuperar la voz anónima ante los acontecimientos actuales, se puede captar las múltiples maneras de pensar de los diferentes grupos sociales (2005, p.11).

Zires advertirá que no se puede seguir concibiendo ni a los procesos comunicacionales en términos mecánicos ni a la cultura como un todo homogéneo. El cruce de las culturas orales, escritas, audiovisuales –que expresa también diferentes temporalidades sociales– conforma un tejido heterogéneo atravesado por múltiples tensiones, en particular entre las tendencias a la "convergencia" y a la "divergencia cultural". La primera tiende a establecer elementos compartidos o repertorios comunes entre diferentes y desiguales grupos (clases, etnias). Son factores clave de esta convergencia la Iglesia, las instituciones escolares y las industrias culturales. En la segunda se ponen en juego e intervienen las especificidades de tales grupos: sus experiencias, tradiciones, conflictos presentes.

La autora relaciona su perspectiva de la cultura con la que Néstor García Canclini impondría con éxito en los estudios latinoamericanos de comunicación a partir del concepto de "hibridez cultural" (1990). Con todo, Zires observa que tal fenómeno no puede asignarse a una etapa histórica sino más bien a una lógica de los procesos culturales que se ha manifestado a través de los tiempos.

> La hibridez cultural no es […] una característica de la cultura contemporánea, como algunas tendencias posmodernistas sustentan, aunque el hecho de que se le pueda observar con mayor nitidez de esa manera sea resultado de las mismas tendencias (2005, p. 71)[69].

---

[69] Sobre este mismo punto, en el capítulo dedicado a Mabel Piccini, aludimos a un debate sobre la hibridez cultural, en el que participaron Piccini, García Canclini, Raymundo Myer y Margarita Zires (García Canclini, 1997).

Los mitos guadalupanos

En los años noventa, Zires emprende una investigación sobre la figura de la Virgen de Guadalupe[70] que sostendrá por más de dos décadas. Como los estudios del rumor, el culto y el mito guadalupanos abren otra "ventana" a las complejas, diversas y desiguales tramas culturales de la sociedad mexicana. En otras palabras, la imagen de la Virgen de Guadalupe –en pinturas, murales, ex votos, pósters, historietas, videos– opera como signo donde se entretejen temporalidades diferentes (prehispánicas, coloniales, de los años de la revolución, contemporánea), religiosidades más o menos institucionalizadas, dinámicas sociales más o menos conflictivas, reconfiguraciones a través de los usos de las nuevas tecnologías. Contra una concepción estática de la Virgen, Zires despliega un repertorio de imágenes en permanente transformación, cuyas significaciones socioculturales y políticas siguen abiertas a usos y apropiaciones sociales.

En "Nuevas estrategias político-religiosas. Cuando Heidi, Walt Disney y Marilyn Monroe hablan por la Virgen" (1992), da cuenta de la segunda visita de Juan Pablo II a México, donde se montó "una nueva puesta en escena del mito" (p. 81), en la que participaron desde el presidente Carlos Salina de Gortari hasta el emporio Televisa.

En ese nudo de Iglesia, Estado y corporación mediática, la autora advierte que no es tanto la Virgen morena como el indígena Juan Diego aquello que capturan las imágenes de la pantalla desde la lógica de la industria cultural. Se trataba de memorar la primera evangelización para lanzar una segunda, la "vieja estrategia modificada, modernizada, bendecida por Salinas y Televisa" (p. 80), que permite "entrever el desplazamiento político que ha sufrido la institución

70 El mito guadalupano se funda con la revelación de la Virgen al indígena Juan Diego que viene a reforzar el largo proceso de evangelización en México, uno de los países de la región con mayor población católica.

religiosa y su propio discurso después de la Reforma, así como el proceso de secularización de la sociedad mexicana" (pp. 86-87).

Pero el trabajo de Zires no se detiene solo en los usos oficiales o legítimos de la Virgen de Guadalupe, sino que traza un recorrido de sus representaciones en diferentes etapas y soportes: en cuentos ilustrados, en historietas, en películas, en representaciones pictóricas, donde las imágenes de la Virgen asumen las estéticas del melodrama, de los dibujos de Walt Disney e incluso de las series televisivas japonesas. Todo parece poder hacerse, rehacerse y decirse sobre la Virgen. Sin embargo, el caso de Rolando de Rosa (1988), el artista que la representó con el rostro de Marilyn Monroe, ilustra los límites de lo decible. Repudios en los medios, declaraciones del Cardenal Primado y reacciones de Grupos Pro Vida que se concentraron en el salón de exposición del Museo de Arte Contemporáneo, lograron que se retirara la obra de la muestra.

En un trabajo posterior, "Nuevas imágenes guadalupanas. Diferentes límites del decir guadalupano en México y Estados Unidos" (2000), Zires estudia diferentes representaciones pictóricas de organizaciones y de artistas mexicanos, como otras tantas interpretaciones políticas, estéticas y comunicacionales del mito guadalupano. Se destaca, por un lado, la Virgen del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), morena y encapuchada, que evocaba la figura de la terrenal Comandante Ramona. Cuando en un pueblo reciben una imagen oficial como regalo, "se le impone el ritual de la consulta, de la discusión y la asamblea" (p. 62) para resolver si debía quedarse allí o seguir el camino "donde vayan los guadalupanos zapatistas" (p. 63). Por el otro, la obra guadalupana de Yolanda López –entre otros artistas chicanos– que la representa como una mujer real y concreta: una indígena que amamanta a su hijo a mitad de un camino, la madre y la abuela de la artista, una frente a la mesa de costura y otra descansando de su jornada de trabajo doméstico. O la de Isabel Martínez, cuya Virgen

enseña al espectador su *greencard* (la tarjeta de residencia en los Estados Unidos) o las de feministas chicanas que cuestionan el patriarcado de la iglesia, el machismo y la imagen tradicional de castidad, para transformar a la virgen en una heroína contemporánea.

En esa arena también conviven y se disputan sentidos, identidades, culturas, marginaciones y luchas políticas:

> Lupe, Lupita, una mujer como todas nosotras, con una vida terrenal, sexual, como madre, trabajadora, campesina, guerrillera, zapatista, indígena tarahumara, pintora, o artista que reclama una identidad legítima arriba y abajo del Río Bravo (2000, p. 75).

En 2014, Margarita Zires vuelve al mito guadalupano con la publicación de *Las transformaciones de los exvotos pictográficos guadalupanos (1848-1999)*, una investigación de archivo, clasificación y análisis de un corpus de 1094 exvotos, que forma parte de la Colección del Museo de la Basílica de la Virgen de Guadalupe. Para Zires, que coordina y escribe el libro, los exvotos –"aquellas formas votivas dedicadas a las figuras religiosas que sirven para pedir, agradecer y dar testimonio de algún milagro recibido" (p. 19)– constituyen un género discursivo con derecho propio. Se trata de imágenes (de la virgen pero también de los fieles que peticionan o agradecen) y textos (cartas, agradecimientos, narraciones) que se realizan desde mediados del siglo XIX con sus estilos tradicionales pero que, a partir de la década del cincuenta, comienzan a sufrir transformaciones tanto al calor de los procesos de industrialización y urbanización, que dejan sus "huellas en la cultura religiosa" (p.21), como a partir de la industria cultural, cuyos lenguajes "inciden en las formas de concebir, producir, diseñar, pintar y redactas los exvotos" (p. 21). Aquí, antes que la perspectiva de los estudios culturales -etnográfica–, Zires apela las herramientas del análisis del discurso y la imagen para revisar exhaustivamente los materiales tradicionales y

no convencionales en los que reconoceprofundos cambios culturales, en particular de las formas de religiosidad que se desplazan de una devoción y agradecimiento públicos a la más contemporánea modalidad de la enunciación personal o íntima.

Los movimientos sociales desde la comunicación

A mediados de los 2000 se puede reconocer una tercera temática de investigación con la que Zires asume un compromiso político más explícito y aborda las luchas de movimientos sociales: la resistencia de los pobladores de San Salvador de Atenco contra la expropiación de sus tierras (2001), las movilizaciones y tomas de medios en el marco de la brutal represión en Oaxaca (2006) y la más reciente masacre de Ayotzinapa (2014) donde todavía sigue abierto el reclamo de justicia por los 43 normalistas desaparecidos.

En "El discurso del milagro y la política" (2006), la autora se enfrenta con una aparente anomalía: "¿Qué tiene que hacer el discurso del milagro en el terreno de la política, en el campo en donde los hombres regulan y dirimen sus conflictos entre ellos?" (p. 134).

En octubre de 2001, estalla una rebelión entre los pobladores de San Salvador de Atenco, que se agrupan en el Frente de Pueblos en Defensa de la Tierra, contra el decreto del presidente Vicente Fox que amenazaba con la expropiación de sus tierras para la construcción de un nuevo aeropuerto. El movimiento se iba extendiendo cada vez más, recogía la solidaridad de sindicatos y organizaciones sociales, y desbordaban "los canales legales de expresión y las formas de manifestar desacuerdo ante los mandatos gubernamentales" (p. 137). En agosto de 2002, termina con un triunfo: Fox deroga el decreto. Un diario recoge el testimonio de un poblador que habría comentado: "Fue por intervención de Juan Pablo, es un milagro de Juan Diego,

es intervención de San Salvador, es el movimiento" (p. 139). Dos elementos contribuían a tal creencia: por un lado, el Papa había canonizado a Juan Diego el día anterior al triunfo; por el otro, un triunfo contra el Estado mexicano aparecía como un suceso realmente extraordinario.

A partir de este discurso de milagro que se fue instalando, Zires emprende una investigación sobre la base de entrevista a los líderes del movimiento, observaciones etnográficas de las prácticas y rituales de la organización, análisis de registros fílmicos de las movilizaciones realizadas, recopilación de publicaciones de la prensa gráfica para examinar la construcción del acontecimiento. Sobre esa base, la autora advierte que "el discurso del milagro penetra la acción política del movimiento de Atenco" (p. 158): el altar en el punto de reunión de los activistas, la mesita con las imágenes religiosas, las bendiciones de sacerdotes, los pedidos de los creyentes para que se realicen misas, etc. Incluso más allá de la voluntad o deseo de los líderes del Frente que eran en su mayoría no creyentes.

El discurso del milagro, que aquí recoge lo imprevisto de la derrota del gobierno frente a la lucha popular, se revela polisémico:

> Puede concebirse como un discurso instituido e instituyente: instituido en el sentido en que obedece por un lado a un marco institucional, tradicional de la Iglesia católica, que invita a la sumisión, a buscar solamente en el orden sobrenatural un apoyo y, por otro, instituyente, invita a no aceptar las condiciones sociales imperantes, constituye un poder creador de la colectividad, de lo que no ha estado ahí, ideas, nuevas maneras de vivir, nuevas maneras de ser (p. 160).

El otro acontecimiento se produce en Oaxaca. En mayo de 2006, el gobierno estatal reprime una concentración del sindicato docente que reclamaba mejoras salariales. La represión policial deja heridos, muertos y desaparecidos, pero no logra el desalojo de los y las maestros/as. A partir de entonces, se suman otros sectores (350 organizaciones) y

se conforma la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca (APPO) que reclama la renuncia del gobernador y que con el correr de las semanas asumirá funciones de gobierno.

Zires señala que, antes que un organismo de contrapoder, la APPO actuaba "como si ya no existiera el gobernador, como si no hubiera autoridades, ni leyes, y desde ahí se cuestiona profundamente el orden vigente" (2015, p. 111).

En "Denunciar La legitimación mediática de la represión social en México: Oaxaca" (2006), la autora coloca su investigación como un acto de denuncia:

> Denunciar en tanto dar a conocer; hacer pública una actuación considerada irregular o inconveniente —aunque regular y habitual en el campo de la justicia legal y de la comunicación en México— supone un interés de parte del que escribe para involucrar al lector y supone el interés de éste en esta problemática (p. 18).

Allí examina las estrategias discursivas de los medios periodísticos (impresos y audiovisuales) frente a los hechos de Oaxaca. Más allá de advertir movimientos tácticos –cuando los medios asumen algunas de los reclamos de los pobladores o cuando reconocen muy parcialmente las irregularidades del gobernador–, la orientación general de los medios mexicanos apuntaron a la invisibilización y la criminalización de la represión:

> En ese sentido, la narrativa policíaca televisiva y periodística, al mostrar supuestas evidencias visuales de delitos cometidos in fraganti y no seguir adelante su indagación periodística sobre si los detenidos estaban involucrados en los incendios y el tratamiento que se les dio a los detenidos, contribuyó a crear en la opinión pública que se había aplicado muy bien la ley. Todo un acto de legitimación (p. 50).

En "Testimonios sobre tomas de medios en la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca Recuperar la experiencia, hacer memoria" (2015), la autora se propone estudiar ya

no el tratamiento de los medios masivos sino los procesos de toma de la palabra pública por parte de los pobladores de Oaxaca: "Mi planteamiento es que ese proceso que duró seis meses intensos dejó huella en los ciudadanos oaxaqueños, pero sobre todo una experiencia de asumir su palabra" (p. 106).

A través de testimonios recogidos después de la movilización (entre 2007 y 2011), la autora reconstruye las historias de las ocupaciones de medios por parte de estudiantes universitarios y de mujeres. Frente a las tergiversaciones de los medios masivos, *Radio El Plantón,* un medio del sindicato de maestros creado a fines de los noventa, se constituye como el espacio privilegiado por donde circulan las voces de la rebelión oaxaqueña. Según registra uno de los testigos:

> Radio Plantón puso en duda —en ese contexto— el esquema vertical de los medios de comunicación tradicionales: rompe la noción de un receptor pasivo. Se trastoca el modelo adquiriendo una modalidad más horizontal. La gente se empieza a apropiar del medio. Receptores se convierten en emisores por momentos. Toman la iniciativa, acuden a la radio o llaman a ésta permanentemente (2015, p.114).

Tras el violento desalojo y la destrucción de la radio, los estudiantes ocupan Radio Universidad que hasta ese momento mantenía su programación habitual y desconocía las protestas. Sin experiencia previa, los estudiantes se hacen cargo de la radio desde donde brindaban y recibían denuncias de la represión, convocaban a mitines y marchas, difundían pedidos de medicinas y víveres para los pobladores. En palabras de Zires: "La estación era considerada no sólo un órgano de información, sino de organización" (p. 118).

Las fuerzas policiales y parapoliciales atacan a balazos esta radio, lo que provoca la reacción popular, en particular, de un contingente de mujeres que "toman un canal de televisión y estación de radio estatales y lo ponen a funcionar durante 20 días" (p. 110) para luego fundar la

Coordinadora de Mujeres Oaxaqueña–Primero de Agosto. Finalmente, "las antenas del canal de televisión son destruidas y miembros de organizaciones de vecinos y maestros toman en un día 12 estaciones comerciales" (p. 110)

En esos 20 días, las mujeres crearon un lema para el canal: "No puedes quedarte con los ojos cerrados", "sus propias cortinillas" y una programación que incluía por la mañana documentales, en la tarde noticieros y programas de denuncias, en la noche programas de cultura, espacios para cantar, foro de análisis y discusión política, espacios para plantear la problemática de las mujeres y sus necesidades. La programación se interrumpía para cubrir las movilizaciones o para exhibir los operativos de los grupos policiales y parapoliciales.

Finalmente, destacamos la intervención de Margarita Zires en el proyecto de *Abriendo senderos de justicia*, un documental sobre la sentencia judicial que crea la Comisión de Investigación para la Justicia y la Verdad (2018), cuya investigación todavía sigue abierta. En un artículo reciente (2020), relata cómo fue su participación en las marchas por justicia para los 43 desaparecidos de Ayotzinapa y su creciente involucramiento también como investigadora:

> Como si fuera una especie de reportera o investigadora buscando un objeto de estudio, sacaba fotos de los contingentes, de las lonas, reproduciendo lo que había realizado en otras investigaciones de otros movimientos que había estudiado: el de Atenco (Frente de Pueblos en Defensa de la Tierra) y el de la APPO (Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca), en los que investigaba los símbolos que portaban, los nombres de los contingentes que marchaban, sus consignas (p. 224).

Allí iría tomando cuerpo la idea de producir un documental para recuperar la memoria y los testimonios de padres y madres de los normalistas desaparecidos. Y, sobre todo, recuperando la tradición fundacional del campo latinoamericano, para seguir articulando la producción de conocimiento con las luchas sociales:"La forma como esta-

mos involucrados los investigadores, analistas y videoastas en los temas que analizamos y documentamos se reconoce cada vez más como un elemento esclarecedor del proceso de gestación del conocimiento social" (p. 222).

En este recorrido por la trayectoria de Margarita Zires es posible advertir una continuidad: desde sus primeros trabajos sobre la recepción, pasando por las investigaciones sobre el rumor (en los años ochenta) o sobre los mitos guadalupanos (en los noventa), que se anuda con su interés más reciente en torno a los movimientos sociales desde la perspectiva de la comunicación. Una persistente indagación sobre las culturas populares, sus apropiaciones, sus esperanzas y sus luchas.

Los medios en América Latina. El papel político-ideológico de los medios de comunicación. Argentina, 1975: la crisis del lópezreguismo (1978)

Reproducimos un fragmento del artículo

> Una de las conclusiones más importantes a que hemos arribado, se refiere al papel retroalimentador que ejercen los medios sobre el sector social del cual -a su vez– son reflejo. El medio no sólo representa los intereses de un grupo social determinado, sino que actúa sobre èl para reafirmar sus pautas ideológicas a través del control selectivo de la información proveniente del mundo exterior. El medio capta determinados hechos de acuerdo a la visión de su grupo referencial y ofrece pautas de interpretación que repercuten sobre dicho grupo. Este, receptor y a la vez actor, toma conocimiento de la situación exterior y actúa sobre ella. Modifica su visión de las cosas y regula su conducta con el objeto de consolidar el lugar que ocupa en la sociedad. Consecuentemente, las variaciones producidas en el sector que refleja actúan sobre el medio, adecuándolo a las nuevas circunstancias. En este sentido, ese sector actúa también como retroalimentador del medio.

La conclusión precedente nos lleva a reformular algunos conceptos difundidos sobre la función "receptor". El esquema de comunicación más conocido (y sus diversas variantes) establece el siguiente circuito: Emisor — Medio— Receptor, en el cual emisor y receptor se excluyen y aparecen como entidades totalmente diferenciadas, aun cuando algunas teorías aceptaran la influencia que el primero recibe del segundo. En definitiva, el lugar de uno nunca aparece confundido con el otro y en esta visión coinciden tanto aquellos que no aceptan la dependencia sectorial del emisor, como quienes sostienen su necesaria vinculación con intereses de un grupo social.

Por nuestra parte, si bien compartimos esta última posición, consideramos que el emisor, justamente por ser reflejo de un sector social, debe ser considerado también dentro del campo de los receptores. En efecto, si tomamos como ejemplo un diario de gran tiraje, en el espectro de sus lectores una parte está constituida por el grupo social con el que el medio se identifica. Este será el que aceptará plenamente las interpretaciones y las prescripciones del medio, puesto que lo considerará suyo. Y efectivamente es suyo desde el punto de vista de los intereses compartidos y la ideología que expresa, aunque la propiedad material corresponda a un número limitado de personas. La significación del papel ideológico-político de un medio no está determinada por representar los criterios particulares de sus dueños, sino porque esos dueños imponen al medio la concepción del mundo de la clase o grupo social al que pertenecen. El medio tiene importancia por responder a los intereses de todo el sector social que refleja y no al pensamiento individual de sus propietarios.

Si el "emisor", entonces, no es tal o cual ciudadano, sino el interés de un sector, ese emisor global, en cuanto consumidor del mensaje, es también receptor. Lógicamente, como ya lo sugiriéramos, los receptores de un medio no pertenecen en su totalidad al grupo social representado por él mismo y de allí la desigual influencia que el mensaje ejerce en los distintos receptores. Pero el medio –vale la pena insistir– es representativo de ese sector y no de todos los receptores. Al resto, a los que no forman parte del sector expresado por el medio, se trata de convencerlos de que la manera de pensar del grupo dominante es la única universalmente válida, es decir que los intereses de esa clase, son los intereses de todos

> los hombres… Con lo cual el proceso deja de ser lineal y una parte del receptor pasa a ser emisor. De esta manera queda más preciso el carácter social de las fuerzas que empujan eventuales modificaciones del medio y, por otra parte, el emisor deja de flotar por encima de los intereses del propio grupo que representa, para ser siempre la expresión de intereses sectoriales, aún en las variadas modalidades que esos intereses adopten para asegurar su permanencia (pp.170-171).

Referencias bibliográficas

García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

García Canclini, N. (1995). *The Hybrid: A Conversation with Margarita Zires, Raymundo Mier, and Mabel Piccini*. En Beverley, J. y otros (ed.), *The Posmodernism Debate in Latin America.* Durham y London: Duke University Press, 77-92.

Rodríguez, A. (1978). El papel de los medios masivos en la política cultural de la Junta Militar Chilena. *Comunicación y cultura,* 4, 15-53.

Zires, M. y Schmucler, H. (1978b). Los medios en América Latina. El papel político-ideológico de los medios de comunicación. Argentina, 1975: La crisis del lópezreguismo. *Comunicación y cultura,* 5, 119-179.

Zires, M. (1983). El discurso de la televisión y los juegos infantiles. En *Comunicación y cultura,* 10, 109-136.

Zires, M. (1986). El ceremonial televisivo: un espacio de juego e ilusión. TICOM, UAM-X, mimeo.

Zires, M. (1991). El rumor de los pitufos. Un acceso a las culturas orales. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas,* vol. IV, 12, 83-99.

Zires, M. (1992). Nuevas estrategias político-religiosas. Cuando Heidi, Walt Disney y Marilyn Monroe hablan por la Virgen. *Versión*, 2, 57-94.

Zires, M. (1995). La dimensión cultural del rumor. De lo verdadero a los diferentes regímenes de verosimilitud. *Comunicación y Sociedad*, 24, 155-176.

Zires, M. (2000). Nuevas imágenes guadalupanas. Diferentes límites del decir guadalupano en México y Estados Unidos. *Comunicación y Sociedad,* 38, 59-76.

Zires, M., Corona, S. y De la Peza, C. (2001). El estudio de la comunicación desde los actores sociales. En I. Lombardo (Coord.), *La comunicación en la sociedad mexicana. Reflexiones temáticas* (pp. 143-171). México: AMIC.

Zires, M. (2001b). *Voz, texto e imagen en interacción. El rumor de los pitufos*. México: UNAM-Unidad Xochimilco.

Zires, M. (2005). *Del rumor al tejido cultural y saber político*. México: UNAM-Unidad Xochimilco.

Zires, M. y Ledesma, M. E. (2005b). El rumor del Chupacabras en México. El entre-tejido de los discursos orales y mediáticos. En *Versión*, 15, 121-153.

Zires, M. (2006). El discurso del milagro y la política. En *Versión*, 17, 131-160.

Zires, M. (2006b) Denunciar La legitimación mediática de la represión social en México: Oaxaca. En *Versión*, 20, 15-52.

Zires, M. (coord.) (2014). *Las transformaciones de los exvotos pictográficos guadalupanos (1848-1999).* Madrid: RICE/UAM-Xochimilco.

Zires, M., Rovira Sancho, M., Sánchez Estévez, G. y López Monjardín, A. (2015). *Los movimientos sociales desde la comunicación. Rupturas y genealogías.* México: Navarra.

Zires, M. (septiembre 2020). ¿Dónde situarnos para filmar Abriendo senderos de justicia. La sentencia y Comisión de Ayotzinapa? *Encartes*, 6, 221-237.

Fátima Fernández Christlieb

Fátima Fernández Christlieb (México, 1949) ingresa en 1967 en la carrera de Ciencias y Técnicas de la Información de la Universidad Iberoamericana y se gradúa con la defensa de una tesis que publicará, con algunas reformulaciones, bajo el título *Los medios de difusión masiva en México* (1982). Se trata de uno de sus libros más reeditados, que la coloca entre las investigadoras pioneras sobre el sistema de medios mexicano, en el campo de los estudios sobre historia social de los medios, políticas nacionales y economía política de la comunicación.

En 1971 entra en la UNAM donde, según recuerda, se desencadena "el inicio de mi vida profesional, pues muy pronto empecé a trabajar como auxiliar de cátedra" (2016, p. 4) en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, donde sigue desempeñándose como docente e investigadora. En 1979 participa de la creación de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), de la cual será su primera presidenta. Continúa sus estudios de posgrado en Ciencias Sociales hasta doctorarse. Su libro *La responsabilidad de los medios de comunicación* (2002) se basa en su tesis. También colabora para una sección del diario *Excélsior* (1972), participa en la fundación del diario *La Jornada* (1982), produce un programa para radio *UNAM* (1972) y dirige *TV UNAM* (1993).

En 2001 asume como directora general de Normatividad de Comunicación, una secretaría del gobierno de Vicente Fox, encargada de controlar los fondos públicos orientados a la compra de espacios oficiales en los medios.

> Sólo estuve en este cargo medio sexenio porque los panistas no sabían para dónde iban y todo estaba muy desorganizado,

> además de que había muchos priístas[71] que tenían sus propios jefes y grupos, por lo que era muy difícil trabajar en equipo (2016, p. 5).

En 2007, Fernández Christlieb cambia su línea de investigación hacia la comunicación intersubjetiva. *La comunicación humana en tiempos de lo digital* (2013) es su último libro coordinado y escrito junto con los investigadores Marco Antonio Millán Campuzano y Marta Rizo García. Actualmente participa de un grupo multidisciplinario, creado por la UNAM, sobre las problemáticas de la vejez.

La persistencia de una mirada

A mediados de los años setenta, Fernández Christlieb comienza a publicar sus primeros trabajos en los que aborda la historia de la prensa (1975), la radio y la televisión (1976a), las políticas comunicacionales desde la Revolución Mexicana hasta el entonces gobierno de José López Portillo (1976d, 1978), al tiempo que denuncia tanto la ausencia de libertad de expresión (1977) como la presencia imperialista en la conformación del sistema de medios mexicano, desde la radio y la televisión (1976c, 1980), una historia fraguada a partir de la alianza con la burguesía mexicana, en particular con la familia Azcárraga, dueña del mayor grupo multimedio del país y una de las grandes corporaciones de América Latina: el grupo Televisa.

Aquí se delinea una perspectiva crítica que, como apuntamos, va a persistir por tres décadas. Tratándose de un campo entonces en emergencia, sus trabajos no sólo participan de la conformación, sino que desarrollan un área de estudios que articula la historia, la política y la economía. Tres son las grandes influencias que se advierten en su obra.

---

71 Se refiere a los que integran el Partido de Acción Nacional (PAN), del que formaba parte Fox, y al Partido Revolucionario Institucional (PRI).

En primer lugar, y si se quiere de un modo más fundamental, la formación humanística que recibiera en la Universidad Iberoamericana. En 1960, los jesuitas crean la primera licenciatura en ciencias de la comunicación del país y de América Latina (Hernández, 2004). Frente a las escuelas de periodismo existentes, que enfatizaban en los aspectos técnico-profesionales, la Compañía de Jesús apuntaba a la formación de cuadros intelectuales que pudieran dirigir los medios de comunicación, a partir de una formación filosófica y humanista. Se pretendía que los y las comunicólogos/as fueran verdaderos filósofos y que los filósofos encontraran en las ciencias y técnicas de la comunicación humana, un cauce propicio para la transmisión y propagación de ideas[72] .

En segundo lugar, la temprana aproximación a la obra del venezolano Antonio Pasquali:

> Pasquali entró a mi vida, como a la de tantos de mi generación, cuando éramos estudiantes de Comunicación. Corrían por ahí, a principios de los años setenta, citas suyas de una edición de 1963 publicada por una institución, aquí desconocida, cuyas siglas eran cuatro letras: EBUC[73]. El libro era inconseguible en México y las fotocopias no existían (2012, p. 83)

Se trataba de la primera edición de *Comunicación y cultura de masas*, un trabajo fundador de los estudios latinoamericanos de comunicación que ensaya una teoría de corte filosófico sobre la comunicación humana y analiza crítica-

---

72 Encontramos estas consideraciones en Bernal Loaiza (2018). Escapa a nuestro propósito una consideración mayor: la influencia de los jesuitas en la formación de periodistas y en los primeros estudios de comunicación en América Latina. Por caso, Michèle y Armand Mattelart viajan a Chile, por esos mismos años, para ocupar un puesto en la Pontificia Universidad Católica de Chile, a través de la invitación del padre jesuita Joseph Beckerman, quien había fundado la primera Facultad de Sociología en la PUC.

73 Ediciones de la Biblioteca de la Universidad de Caracas.

mente la tan concentrada como extranjerizada estructura económica y social de los medios masivos en Venezuela[74].

Finalmente, la otra influencia está marcada por la lectura de la obra de Mabel Piccini, Michèle y Armand Mattelart, en particular, *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile* (1970)[75] . En palabras de la autora:

> Cada uno con su estilo y perspectiva, hacían aflorar el poder subyacente en la propiedad de los medios, uno en Venezuela, el otro en Chile, pero el de Pasquali me abrió los ojos a otra realidad que traspasaba las fronteras de los países de América Latina (2012, p. 83).

Como parte de las condiciones de aquella formación y de estas lecturas, Fernández Christlieb refiere que la asunción de Luis Echeverría Álvarez (1970-1976), había abierto alguna expectativa de reforma del sistema concentrado de medios –luego defraudada– y un debate público que conmovió a su generación. Es en ese cuadro que se propone hacer la tesis de licenciatura, con esos enfoques, sobre un tema –el poder de los medios masivos– del que se sabía muy poco en México.

Vamos a exponer los principales núcleos de su producción de los años setenta, artículos que circulan en diferentes revistas y que adelantan partes sustantivas de su tesis, finalmente publicada en *Los medios de difusión masiva en México* (1982).

En "Prensa y poder en México" (1975b) la autora plantea la siguiente tesis: "la historia de la prensa mexicana es la historia de la expresión de voceros de grupos políticos o económicos, matizada por fugaces publicaciones independientes (p. 29). Para fundamentar esta proposición,

---

74 El pensamiento de Antonio Pasquali influiría en toda una generación de investigadores e investigadoras que se inscriben en los estudios de economía política. Así lo advertimos también en la trayectoria de Margarita Graziano.

75 Ver los capítulos dedicados a Michèle Mattelart y Mabel Piccini.

Fernández Christlieb ubica a los dueños de los periódicos en la estructura económica de un país dependiente, analiza la influencia extranjera sobre la prensa y examina el papel del Estado.

La autora construye una historia en la que revela que la aparición y el desarrollo de un diario están ligados a una coyuntura política y a la necesidad de expansión de los grupos empresariales, una tendencia que terminará de conformarse con el surgimiento de la radio y se consolidará con los monopolios televisivos.

Al denunciar la dependencia extranjera, que se profundiza tras la Segunda Guerra Mundial, Fernández Christlieb advierte que "la presencia de las empresas trasnacionales en México no obedece a meros motivos económicos particulares, sino a una política de penetración norteamericana para consolidar una posición hegemónica a nivel mundial" (1975b, p. 36).

Tal dependencia cultural se advierte no sólo en la venta de tecnología de comunicación sino también en los servicios noticiosos que brindan las agencias estadounidenses, en la inserción de la publicidad de consorcios trasnacionales que producen agencias publicitarias también trasnacionales, en la publicación de tiras cómicas elaboradas por los *syndicates* y, finalmente, en la influencia directa de organismos de los Estados Unidos sobre los contenidos o los temas de agenda.

El papel del Estado frente a los medios es el de un aparato de control ideológico y económico. Tras la Revolución Mexicana se consolida el Partido Revolucionario Institucional (PRI), que gobierna de manera ininterrumpida (desde 1929 hasta por lo menos el año 2000) sobre la base del "dedazo": cada presidente designa a su sucesor que participa en unas elecciones casi de partido único[76] . Dada

[76] En Fernández Christlieb (1975a), denuncia la proscripción de cuatro organizaciones políticas: el Partido Comunista Mexicano, el Partido Demócrata Mexicano (de la derecha nacionalista), el Partido Mexicano de los Trabaja-

la naturaleza del régimen, la autora va a sostener que "la prensa actual, con su comparsa de cincuenta años a los gobiernos post revolucionarios, no ha conocido lo que es defender el proyecto de una nación diferente al que prevalece" (1977, p. 107).

Una ilustración de esta "comparsa" la encontramos en su análisis de la prensa frente a la política agrícola de José López Portillo quien, como candidato había prometido avanzar en una reforma agraria –un tema crucial en la historia mexicana–, pero que abandona apenas asume: "no es tanto el reparto de la tierra, cuanto el reparto del producto de la tierra" (1978, p.144). La autora examina los contenidos editoriales y las columnas de opinión de dos diarios oficialistas (*El Universal* y el *El Heraldo*), dos de la oposición (*Uno más uno* y *Excélsior*) y publicaciones de partidos de la izquierda mexicana. El recorrido demuestra el funcionamiento de la prensa como "aparato ideológico encargado de difundir masivamente la política agraria del presente régimen" (1978, p. 142).

En "La industria de radio y televisión, Gestación y desarrollo" (1976a), Fernández Christlieb afirma que el modelo de radiodifusión mexicana ya estaba definido tras la Revolución de 1910 a partir de una alianza de capitales industriales y bancarios nativos: un modelo hegemónico privado tanto de radio (cuyas primeras transmisiones se producen en 1920) como de televisión (en 1950), con una muy alta penetración de capitales estadounidenses (*NBC, CBS*). Tales características se mantendrán, con mínimos cambios, hasta la actualidad.

A diferencia del modelo europeo, pero incluso de otros países latinoamericanos donde el Estado participó en las primeras emisiones o impulsó políticas comunicacionales

---

dores (nacido al calor del movimiento del 68 mexicano) y el Partido Socialista de los Trabajadores. Asimismo, expone y compara sus programas políticos.

específicas, el Estado mexicano mantuvo una posición más bien secundaria.

> El momento histórico en que surge la radio, la necesidad de instalar estaciones emisoras por parte de las grandes firmas extranjeras y la confianza que deposita el Estado en el gremio radiofónico, son elementos que definen a la radiodifusión mexicana como coto de caza exclusivo de los primeros y únicos concesionarios. Los gobiernos que suceden al de Calles[77] respetarán esta costumbre, avalando con su sello y firma las leyes elaboradas a la sombra de la oferta y la demanda publicitarias e interviniendo con disposiciones propias únicamente cuando la línea empresarial obstaculiza proyectos políticos gubernamentales. Esto significa que las escasas normas jurídicas elaboradas propiamente por el Estado han tenido un carácter coyuntural: o se formulan para reacomodar la actividad de los industriales, o para enmendar errores legislativos de la misma élite política. (1976d, p. 205)

En otras palabras, se da una convergencia de intereses (políticos, económicos, culturales) entre los capitales privados y la elite gobernante del PRI, que oficia de "administrador jurídico" (1976a, p. 156). Tal convergencia no está exenta de crisis –a partir de políticas entre fracciones de la burguesía mexicana–, pero la resolución siempre ha sido favorable a los grandes grupos económicos.

En 1968, por ejemplo, el gobierno pretende imponer un tributo del 25% a las corporaciones mediáticas sobre sus ingresos brutos o, en su defecto, la obligación de colocar el 49% de sus acciones en un fideicomiso en un banco estatal. El rechazo de los grupos empresarios termina por abortar el proyecto y el gobierno acepta la contraoferta empresarial: el Estado podía hacer uso del 12,5% del tiempo de emisión en las radios y televisoras privadas. Sin embargo, el escenario mediático sigue siendo el mismo.

---

77 Plutarco Elías Calles fue presidente de México entre 1924 y 1928.

> La hegemonía que ejerce el capital monopólico internacional en la industria radiofónica no se ha visto alterada, de ninguna manera, por la iniciativa estatal; la innovación radica en que desde hoy en adelante seremos testigos de la actuación del Estado como emisor, sea para asistir a un cambio superficial de sus derroteros tradicionales, sea para recaer en la pendiente de la privatización de la información masiva en México (1976, p. 248).

La penetración estadounidense, que cumple un papel clave en la aparición y desarrollo de la radio privada mexicana, se profundiza a partir de la inauguración de la televisión, en coincidencia "con una etapa de agudización de la dependencia económica de nuestro país respecto de Estados Unidos" (1976a, p. 246). Este es un punto clave en la historia y la descripción crítica de la historia de los medios en México. Como ya lo había observado en el caso de la prensa, Fernández Christlieb explica que las necesidades de expansión financiera de los Estados Unidos (en las primeras décadas del siglo y después de la Segunda Guerra) son las que modelan el sistema de medios mexicanos.

La autora se inscribe así en la perspectiva del imperialismo cultural al destacar que las empresas estadounidenses "intentan configurar una mentalidad colectiva", "buscan una legitimación a través de los penetrantes medios de información masiva" (1976c, p. 8)[78]. Con todo, la autora, antes que hablar de "imposición" del modelo estadounidense, prefiere el término de "adopción", en la medida en que:

> Si los proyectos expansionistas de los Estados Unidos tuvieron una rápida instrumentación en América Latina, fue porque las condiciones internas de nuestros países lo permitieron, y porque la proximidad física de dos de sus agentes difusores lo facilitó. México y Cuba como vecinos próximos

78 La perspectiva del imperialismo cultural, que orienta las publicaciones e investigaciones en los años setenta, puede reconocerse también en los trabajos de Elizabeth Fox y Margarita Graziano.

> jugaron un papel principal en la expansión del modelo norteamericano de radiodifusión. (1988, p. 3).

La mejor ilustración de este modelo es *Televisa*. Fernández Christlieb vuelve una y otra vez al grupo (1976a, 1982, 1985, 2007), revelando la persistencia de una mirada crítica sobre la corporación mexicana, cuya historia va a estar entrelazada con la historia de una familia: los Azcárraga, que obtuvieron la primera radiodifusora (1930), la primera cadena de televisión (1950) y que, tras la fusión con otro grupo mediático, funda una de las más grandes corporaciones mediáticas de México y de Latinoamérica.

En "¿Cómo se constituyó Televisa en un poder fáctico?" (2007), revisa críticamente no solo la historia del consorcio –donde destaca su alianza con los sucesivos gobiernos pero también la subordinación de los sindicatos del sector[79]– sino también la batalla jurídica por parte del grupo por imponer en 2005 una legislación –llamada precisamente "Ley Televisa"–, que consolidara su posición hegemónica en el sistema infocomunicacional mexicano. *Televisa* es caracterizado como un poder fáctico: "hoy, de la capacidad de resistencia, los conglomerados multimedia han pasado a la acción política y no sólo boicotean leyes, sino que las crean. Este es el caso del consorcio mexicano Televisa" (2007)[80].

El hecho de que la justicia vetara algunos de sus artículos es evaluado por Fernández Christlieb como un intento

---

79 "Sin el corporativismo sindical no se explica el funcionamiento del sistema político mexicano de la década de 1940 a hoy. De entre los sindicatos de industria, los de la radio y televisión muestran el sólido vínculo operativo que se construyó entre empresarios, líderes sindicales y gobierno. Una constante, producto de este vínculo, ha sido –hasta la fecha– el tránsito de los líderes sindicales al Poder legislativo. Otra muy evidente es la tersa y dócil relación entre patrones y trabajadores. "(2007: 232). La autora destaca que, en toda su historia, estos sindicatos jamás convocaron a un paro.

80 En *Televisa en la Universidad Nacional Autónoma de México* (1985), aportaba como "una de las pruebas más evidentes de que la empresa Televisa se ha convertido en un elemento relevante para el Estado mexicano" (99) la presencia de la corporación en la UNAM que obstaculizaba la posibilidad de desarrollo de un canal universitario.

de “recuperar la autonomía del Estado mexicano frente a los grupos de interés particular es un tema vital para la consolidación de la democracia”.

Este escenario privatizado, altamente concentrado y dependiente, de la “industria cultural” o de “la conciencia” –los conceptos frankfurtianos a los que apela la autora– se traduce en la ausencia de pluralidad de voces, en la absoluta marginalidad de “la mayoría de los mexicanos [a quienes] no les queda más que el papel de receptores” (1976b, p. 159), en la inviabilidad de alternativas de políticas comunicacionales y culturales que puedan convertir a los medios en herramientas para contrarrestar la desigualdad de oportunidades respecto al acceso a la educación formal frente la falta de expansión del aparato educativo, en particular en las zonas marginadas.

Fernández Christlieb sostendrá esta perspectiva crítica sobre los medios masivos en México. En una reseña de *La responsabilidad de los medios de comunicación* (2002), publicación que recoge su tesis de doctorado, Raúl Fuentes Navarro señala: “un dato significativo es que más de 20 años después las preocupaciones sigan siendo las mismas, pues los problemas a los que se refieren no sólo no han sido resueltos, sino que se han extendido y agudizado en forma considerable” (2002, p. 127).

Es interesante observar que esta persistencia va a contrapelo de los cambios que hacia mediados de los años ochenta se produjeron en el campo de los estudios latinoamericanos de la comunicación que se tradujeron en un creciente desplazamiento de los estudios de la economía política a los estudios culturales y de las relaciones de poder de las instancias emisoras a los procesos de recepción y las mediaciones. Al respecto, y polémicamente, Fernández Christlieb cerraba así un artículo publicado en la revista *Diá-logos*:

> No resta más que preguntamos si ante este panorama podemos concentrar todas nuestras energías en aquellos que están

> delante del receptor de radio y de la pantalla de televisión, o si conviene mantener un pie en esa ya larga lucha por lograr que sean muchas plurales las voces de quienes hablen desde la radio y la televisión de nuestros países (1988, p. 11).

En un trabajo de fines de los noventa, cuando los encantamientos en torno a las entonces nuevas tecnologías parecían conformar una "ideología dominante" (1997, p. 1) en el campo latinoamericano, planteaba que la solución para nuestros países no reside ni en el aumento de la densidad de la red telefónica ni en la obligación a los empresarios para que instalen algún tipo de servicio en poblaciones rurales de más de 500 habitantes. Si bien todas estas medidas son pertinentes:

> El problema de fondo radica, sin embargo, en tener como referente al desarrollo tecnológico de los países avanzados y no a una axiología que lleve como eje aquellas necesidades humanas que sólo se manifiestan cuando el hambre física desapareció. Esta axiología difícilmente la encontraremos en un currículum. Construirla es un asunto personal (1997, p. 6).

En 2007, Fernández Christlieb produce un cambio drástico en los territorios teórico-prácticos que había venido trabajando desde sus años de formación. Atribuye ese cambio a dos motivos de muy distinto orden. Por un lado, la emergencia de lo digital trae consigo toda una normatividad que requiere un estudio –como el que desarrolló en torno a la radio, la televisión, los satélites– que ya no está dispuesta a emprender. Como explica en una entrevista, "sentía que eso hubiera significado especializarme en un aspecto minúsculo de la vida" (2016, p. 141). Por el otro, la autora sufre una crisis personal a partir del fallecimiento de personas muy próximas.

Es en esta etapa cuando recupera su formación humanista inicial y reaparece la figura de Antonio Pasquali. Fernández Christlieb cuenta que había comunicado a la universidad su desinterés por las áreas de investigación

existentes y que había resuelto –entonces sin mucha claridad– indagar sobre la comunicación humana, los intercambios personales y cotidianos. Un mensaje de Pasquali la alienta a avanzar en ese terreno y conforma un equipo de investigación en torno a lo que denominaron "comunicación intersubjetiva". En una de las definiciones que asume:

> La comunicación intersubjetiva es la base para la construcción de lossignificados sociales, orientada al entendimiento y la comprensión e, idealmente, posibilitadora de los consensos necesarios que permitirían, en último término, un tejido social democrático basado en argumentos racionales propios de hombres libres que actúan por el bien colectivo (2017, p. 131).

Fernández Christlieb colaborará en la coordinación de dos libros y escribirá los capítulos "La Comunicación Intrafamiliar" (2009) y "El trasfondo emocional de la comunicación interpersonal (y el difícil tránsito hacia la comunicación intersubjetiva)" (2013).

Para la conformación de esta nueva área de estudios que comienza a explorar, debe apelar a una biblioteca bien diferente a la que había frecuentado, donde releva teorías de la comunicación intersubjetiva, más bien implícitas, tanto en la tradición filosófica (Martín Heidegger y Jürgen Habermas, entre otros) como en la sociológica (Georg H. Mead, Richard Sennet).

En el marco de un proyecto interdisciplinario en la UNAM, y desde el campo de la comunicación intersubjetiva, Fernández Christlieb investiga sobre la problemática de la vejez. Algunas observaciones las encontramos en el artículo "Envejecimiento: algo de teoría y un caso práctico" (2010). Allí, a partir de una lectura intensa de Norbert Elias, un autor recurrente en esta última etapa, realiza un acercamiento autobiográfico (su vida, la de su madre y su padre) para reflexionar de un modo más general sobre la premisa básica de la vejez, en términos de Elias: el cambio de

posición en la comunidad –esto es, el aislamiento, la separación–, un problema que se agrava en las grandes ciudades.

Imperialismo y medios de información colectiva en México (1976)

Reproducimos un fragmento del artículo.

> En 1976, los Estados Unidos distan mucho de ser la superpotencia de los años cincuentas. Su fracaso en Vietnam, el avance de los movimientos de liberación nacional en sus países satélites, la pérdida de consenso interno y el avance de nuevos centros de poder global, han obligado al gobierno norteamericano a buscar nuevas tácticas y estrategias para mantener su posición hegemónica. Esta búsqueda se ha desarrollado en varios frentes.
>
> Ante las fuerzas de liberación nacional, consideradas por los Estados Unidos como una de sus amenazas más peligrosas —su triunfo significa el fin del control de los recursos de los países dependientes—, se han desarrollado una serie de estrategias de contrainsurgencia, que van de la intervención armada a la ofensiva ideológica. Ambas en estrecha relación —como lo explicaremos más adelante— con la industria de la información colectiva electrónica.
>
> Analizar el proceso que se ha seguido en los Estados Unidos para llegar a utilizar los medios de información colectiva, como aparatos ideológicos indispensables en el sostenimiento del capital monopolista internacional, implica sintetizar las líneas generales de la política exterior norteamericana, desde el fin de la Segunda Guerra Mundial hasta el arribo de Nelson Rockefeller a la vicepresidencia de los Estados Unidos. […]
>
> Con Rockefeller y Ford la política de presencia discreta se sustituye por la política de presencia polifacética. Las grandes corporaciones, con apoyo del gobierno de los Estados Unidos, tienen ahora como canal de intervención a sus mismos agentes apoyados en las burguesías locales, depositarias de un tinte nacionalista. En México operan las principales corporaciones extranjeras depositarias de la tecnología informativa, quienes además de crear el campo para la expansión del

capital monopolista internacional, intentan configurar una mentalidad colectiva que lo apoye. O sea, no satisfechas con tener como aliada a una fracción relevante de la burguesía nacional, buscan una legitimación a través de los penetrantes medios de información masiva. Es necesario recordar que en México la industria de la información colectiva electrónica está fundamentalmente controlada por capital extranjero y las concesiones, en su mayoría, están en manos de la burguesía industrial y financiera aliada del capital internacional. En todos y cada uno de los pasos que componen el proceso de la información colectiva hay injerencia de un organismo o una corporación extranjera. […]

Resulta evidente que la penetración imperialista, hasta aquí descrita, no sería posible sin la anuencia de elementos locales. En este sentido es significativa la actuación de la Asociación Nacional de Anunciantes de México. Esta asociación reprodujo, en febrero de 1973, el Memorándum Powell, documento elaborado a petición de la Cámara Nacional de Comercio de los Estados Unidos con el fin de buscar métodos para defender a la iniciativa privada norteamericana. El mismo texto que elaboró el especialista Lewis F. Powell, fue enviado a los miembros de la Asociación Nacional de Anunciantes de México, con la siguiente nota:

Adjunto a la presente le enviamos un memorándum que requiere su lectura y su meditación. Consideramos que, en la defensa al sistema de libre empresa, los publicistas, los directores de publicidad, los comunicadores de mercado y todos aquellos que son profesionales de la comunicación, tienen una obligación que cumplir: la de defender al sistema.

Es preciso señalar que una de las estrategias que señala Powell es la de utilizar los medios de información masiva, mencionando concretamente a radio, televisión y prensa. Misión que están dispuestos a asumir nuestros informantes nacionales según consta en la nota que transcribimos. En México el capital monopolista internacional cuenta, así, con agentes locales encargados no sólo de extender el imperio, sino de buscarle consenso entre todos los sectores de la población expuestos a los medios masivos. Ante esta situación el Estado mexicano ha hecho, hasta hoy, intentos tan desesperados como inútiles para contrarrestar la influencia ideológica del capital privado. La legislación dictada en materia de radio y

televisión es producto apresurado de situaciones coyunturales, que han originado la creación de organismos gubernamentales con duplicidad de funciones, no sólo desarticulados unos de otros, sino que compiten entre sí. Las diversas medidas promulgadas en el transcurso del gobierno de Luis Echeverría evidencian el respaldo de diferentes grupos políticos. No es el mismo proyecto el que respalda la creación de la Subsecretaría de Radiodifusión que el que apoya al Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión. Atrás de cada uno existe la intención de colocar a radio y televisión al servicio de intereses diferentes. Antes que crear canales estatales que "compitan" con los privados, debería plantearse una política de información colectiva que haga frente al avance de la penetración polifacética imperialista, en la que los medios ocupan un papel clave, y ante la cual no caben enmiendas legales ni soluciones como la cancelación de ciertas seríes norteamericanas. Medidas como ésta, además de que no atañen a los programas realmente perjudiciales, dejan intacto el aparato ideológico, ya que no tocan —ni siquiera verbalmente— las bases en que se fundamenta (pp. 5, 8, 11-12).

Referencias bibliográficas

Bernal Loaiza, G. (2018). *50 años en la formación universitaria de comunicadores (1967-2017). Génesis, desarrollo y perspectiva*s. Guadalajara: Iteso Universidad.

Fernández Christlieb, F. (1975). Cuatro partidos políticos sin registro electoral: PCM, PDM, PMT, PST. *Estudios políticos,* 1, 34, 73-102.

Fernández Christlieb, F. (1975). Prensa y Poder en México. *Estudios Políticos*, II, 2, 29-63.

Fernández Christlieb, F. (1976a). La industria de radio y televisión. Gestación y Desarrollo. *Nueva Política,* v 1, 3, 237-248.

Fernández Christlieb, F. (1976b). La abstención del Estado en la televisión mexicana. *Estudios políticos*. V.2, 5, 155-159.

Fernández Christlieb, F. (1976c). Imperialismo y medios de información colectiva en México. *Estudios Políticos,* 2, 6, 5-12.

Fernández Christlieb, F. (1976d). Los medios de información masiva y la Reforma Administrativa de José López Portillo. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales,* 86-87, 199-212.

Fernández Christlieb, F. (1977). El rito cívico de la libertad de expresión. *Estudios políticos,* 3, 11, 106-109.

Fernández Christlieb, F. (1978). Oposición y apoyo periodístico a la política agrícola de José López Portillo. *Estudios Políticos,* 15, 141-156.

Fernández Christlieb, F. (1980). Situación del Nuevo Orden Informativo Internacional y de la política nacional de comunicación en México. *Estudios del Tercer Mundo. V.3, 3, 51-60.*

Fernández Christlieb, F. (1982). *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablos Editor.

Fernández Christlieb, F. (1985). Televisa en la Universidad Nacional Autónoma de México. EN Raúl Trejo Delarbre (Coord.)*, Televisa: El Quinto Poder*. México: Claves latinoamericanas.

Fernández Christlieb, F. (1988) Algo más sobre los orígenes de la televisión latinoamericana. *Diá-logos de la comunicación,* 18, 1-13.

Fernández Christlieb, F. (1997). Escuelas de comunicación y tecnologías de la información: binomio ¿de qué tipo? *Diá-logos de la comunicación,* 49. 1-7

Fernández Christlieb, F. (2002). *La responsabilidad de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Fernández Christlieb, F. (2007). ¿Cómo se constituyó Televisa en un poder fáctico? *Nexos,* 352.

Fernández Christlieb, F. (2009). La Comunicación Intrafamiliar. En F. Fernández Christlieb y M. Rizo García, *Nosotros y los otros: la comunicación humana como fundamento de la vida social*. México: Editora Los miércoles.

Fernández Christlieb, F. (2010). Envejecimiento: algo de teoría y un caso práctico. *Debate feminista,* 42, 136-144.
Fernández Christlieb, F. (2012). Homenaje al Dr. Antonio Pasquali. *Derecho a comunicar,* 6, 81-86.
Fernández Christlieb, F. (2013). El trasfondo emocional de la comunicación interpersonal (y el difícil tránsito hacia la comunicación intersubjetiva)". En F. Fernández Christlieb, M., Millán Campuzano, M. y Rizo García, M. (coords.). *La comunicación humana en tiempos de lo digital*. México: Juan Pablos Editor.
Fernández Christlieb, F. (2016). Mi labor es tender puentes comunicacionales para que nos entendamos mejor. Entrevista en *Ibero,* vol 47, 3-6.
Fernández Christlieb, F., Millán Campuzano, M. y Rizo García, M. (2017). Epistemología de la comunicación intersubjetiva: aproximaciones sociológicas, filosóficas e interdisciplinarias. *MATRIZes*, 11, 1, 127-147.
Fuentes-Navarro, R. (2002). La ética desde y más allá de la TV. *Renglones,* 51, 127-128.
Hernández, M. E. (2004). La formación universitaria de periodistas en México. *Comunicación y Sociedad,* 1, 100-138.